



3 1761 11726837 5



Digitized by the Internet Archive
in 2023 with funding from
University of Toronto

Government
Publications

DEPOSITORY LIBRARY MATERIAL

Department store sales and stocks

January 1982

Ventes et stocks des grands magasins

Janvier 1982



Note

This and other government publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores or by mail order.

Mail orders should be sent to Publications Distribution, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V7, or to Publishing Centre, Supply and Services Canada, Ottawa, K1A 0S9.

Inquiries about this publication should be addressed to:

Retail Trade Section,
Merchandising and Services Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V4 (telephone: 996-9304) or to a local Advisory Services office:

St. John's (Nfld.)	(772-4073)
Halifax	(426-5331)
Montréal	(283-5725)
Ottawa	(992-4734)
Toronto	(966-6586)
Winnipeg	(949-4020)
Regina	(359-5405)
Edmonton	(420-3027)
Vancouver	(666-3691)

Toll-free access to the regional statistical information service is provided in Nova Scotia, New Brunswick, and Prince Edward Island by telephoning 1-800-565-7192. Throughout Saskatchewan, the Regina office can be reached by dialing 1(112)-800-667-3524, and throughout Alberta, the Edmonton office can be reached by dialing 1-800-222-6400.

Nota

On peut se procurer cette publication, ainsi que toutes les publications du gouvernement du Canada, auprès des agents autorisés locaux, dans les librairies ordinaires ou par la poste.

Les commandes par la poste devront parvenir à Distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V7, ou à Imprimerie et édition, Approvisionnement et services Canada, Ottawa, K1A 0S9.

Toutes demandes de renseignements sur la présente publication doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division du commerce et des services,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V4 (téléphone: 996-9304) ou à un bureau local des services consultatifs situé aux endroits suivants:

St. John's (I.-N.)	(772-4073)
Halifax	(426-5331)
Montréal	(283-5725)
Ottawa	(992-4734)
Toronto	(966-6586)
Winnipeg	(949-4020)
Régina	(359-5405)
Edmonton	(420-3027)
Vancouver	(666-3691)

On peut obtenir une communication gratuite avec le service régional d'information statistique de la Nouvelle-Écosse, du Nouveau-Brunswick et de l'Île-du-Prince-Édouard en composant 1-800-565-7192. En Saskatchewan, on peut communiquer avec le bureau régional de Régina en composant 1(112)-800-667-3524, et en Alberta, avec le bureau d'Edmonton au numéro 1-800-222-6400.

Statistics Canada
Merchandising and Services Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

January 1982

Published under the authority of
the Minister of Supply and
Services Canada

Statistics Canada should be credited when
reproducing or quoting any part of this document

© Minister of Supply
and Services Canada 1982

April 1982
5-3406-503

Price: Canada, \$3.00, \$30.00 a year
Other Countries, \$3.60, \$36.00 a year

Catalogue 63-002, Vol. 47, No. 1

ISSN 0380-7045

Ottawa

Statistique Canada
Division du commerce et des services
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Janvier 1982

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

Reproduction ou citation autorisée sous réserve
d'indication de la source: Statistique Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1982

Avril 1982
5-3406-503

Prix: Canada, \$3.00, \$30.00 par année
Autres pays, \$3.60, \$36.00 par année

Catalogue 63-002, vol. 47, n° 1

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or, in this publication less than half unit expressed.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- ^r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM staff, Current Economic Analysis Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-995-7406), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou, dans la présente publication, inférieur à la moitié de l'unité exprimée.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- ^r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM, Division de l'analyse de conjoncture, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-995-7406), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	v
Definitions	vi
Methodology	vii
Data Reliability	viii
Non-sampling Errors	viii
Non-sampling Error Measures	ix
Seasonal Adjustment	xi
Explanatory Notes	xii

Chart	
1. Department Store Sales, by Month, Canada, Unadjusted and Seasonally Adjusted, 1981 and 1982	xiv

Table	
1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982	2
2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982	4
3. Department Store Monthly Sales, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	6
4. Number of Department Store Locations, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	6
5. Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982	8
6. Department Store Cumulative Sales, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	9
7. Department Store Monthly Sales as a Percentage of Total Retail Trade, by Province, 1981 and 1982	9

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	v
Définitions	vi
Méthodologie	vii
Fiabilité des données	viii
Erreurs non liées à l'échantillonnage	viii
Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage	ix
Désaisonnalisation	xi
Notes explicatives	xii

Graphiques	
1. Ventes des grands magasins, par mois, Canada, non désaisonné et désaisonné, 1981 et 1982	xiv

Tableau	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	2
2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1981 et 1982	4
3. Ventes mensuelles des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	6
4. Nombre de succursales des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	6
5. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	8
6. Ventes cumulatives des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	9
7. Proportions procentuelles mensuelles des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province, 1981 et 1982	9

TABLE OF CONTENTS - Continued

Page

Table

8. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1981 and 1982	10
9. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982	12
10. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982	14
11. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982	16
12. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1980-1982	18
13. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982	18
14. Department Store Sales, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1981 and 1982	20
15. Department Store Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1981 and 1982	22
List of Department Store Organizations	24
Department Store Commodity Reference List	25

TABLES DES MATIÈRES - suite

Page

Tableau

8. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	10
9. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1981 et 1982	12
10. Rapports mensuels stocks-ventes, des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	14
11. Rapports mensuels ventes-stocks, des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	16
12. Montants à recevoir, non ajustés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982	18
13. Montants à recevoir, désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982	18
14. Ventes des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1981 et 1982	20
15. Stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1981 et 1982	22
Liste des organisations des grands magasins	24
Répertoire des marchandises des grands magasins	25

INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services. A List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication only the activities of actual department store locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Merchandising and Services Division, to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments", however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets for the purpose of this publication is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as one structure, rather than as a number of smaller stores.

INTRODUCTION

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division du commerce et des services. (Bien que le recensement mesure également les activités des "établissements", cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "local d'affaires", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des firmes de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement unique et non comme un regroupement de petits magasins.

Definitions

Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics. It must sell the following general lines of merchandise:

Family clothing and apparel. This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least six of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

Furniture, appliance and home furnishings. This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least four of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

All other (miscellaneous). This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, **such as:** toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at

Définitions

Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada, un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et des services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes:

Vêtements pour la famille. Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; articles d'habillement pour hommes; vêtements et articles d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins six des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou articles d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20 % des ventes globales du magasin doivent se faire dans le groupe de vêtements pour la famille.

Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager. Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine et verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de séjour, salle à manger ou chambre à coucher; gros appareils, télévision, radio et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins quatre des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être des meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10 % des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

Tous autres articles (divers). Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus, **telles que:** articles de toilette, cosmétiques et médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus articles; bijouterie; articles de sport et valises; papeterie, livres et revues; et aliments.

at least **three** different commodity lines with at least one of these lines representing more than 50% of the **total** store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

Total Net Sales and Receipts

They are defined as the total sales of merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

Stocks

They are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

Accounts Receivable

They are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

Methodology

The **monthly sales values**, published at the Canada, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The **monthly sales values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the

Nota: Le magasin doit tenir au moins **trois** des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50 % des ventes **globales** du magasin. Au moins 10 % des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

Ventes et recettes nettes totales

Il s'agit du total des ventes de marchandises et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

Stocks

Cette rubrique englobe la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

Comptes à recevoir

Il s'agit des comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dus en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

Méthodologie

Le **chiffre des ventes mensuelles**, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des firmes de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100 %, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le **chiffre des ventes mensuelles par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des

required breakdown of sales. The percentage distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada **sales total** in order to provide an **estimate of sales** by department at the Canada level.

The **monthly stock values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sale ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's **monthly sales estimate** in order to provide an **estimate of stocks** by department at the Canada level.

The **monthly accounts receivable values**, published at the Canada level, are based on a subset of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

Data Reliability

Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error results from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

Data response error. This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

ventes. La répartition en pourcentage des ventes par rayon obtenues auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des **ventes totales** pour le pays afin d'établir une **estimation des ventes** par rayon pour l'ensemble du Canada.

Le **chiffre des stocks mensuels par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'**estimation des ventes** mensuelles afin de produire une **estimation des stocks** pour le Canada.

Le **chiffre des comptes à recevoir mensuel** pour l'ensemble du pays provient des firmes de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtes retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.

Fiabilité des données

Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des firmes de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ couvert par l'enquête. L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou aux variations, d'un interviewer à l'autre et selon le mode de communication retenu, dans l'explication des questions et dans l'interprétation des réponses.

Non-response error. Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

Processing error. These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error, two response measures are derived, namely, the **response rate** which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data.

The unit used in the Department Store Sales and Stocks Survey for derivation of the **response rate** is based on (1) the geographical regions, i.e., the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas, in which a department store organization operates department store locations and (2) the department store organizations themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in Ontario would be considered as one survey unit and one organizational unit while an

La non-réponse. Certains enquêtés refusent de répondre, d'autres en sont incapables et d'autres encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, si elles existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

Le traitement. L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. S'agissant des estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreur. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

L'unité utilisée pour calculer le **taux de réponse** de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) les régions (c'est-à-dire les 10 provinces, deux territoires et quatre régions métropolitaines) où les firmes de grands magasins exploitent des points de vente et (2) les firmes de grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une firme de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'enquête et une organisation, alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à

organization reporting for five stores in Vancouver, 10 in British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as **three** survey units but only **one** organizational unit.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are namely sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the non-sampling reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example, a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente **trois** unités d'enquête, mais seulement **une** organisation.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins. Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités donc cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25 %. Cependant, si les cinq unités représentent \$8 millions sur l'estimation publiée de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80 %. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation dans un tel cas, il faudrait tenir compte des deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1982
January

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1982
Janvier

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Organisations	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	98.2	92.0	99.8
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	52.0	88.0
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	36.0	65.0
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	88.2	99.8

Seasonal Adjustment

Seasonal adjustment(1) separates and measures the effect of recurring intra-annual variations resulting from normal differences in weather, holidays with invariable dates, or other events with a similar pattern of timing. An additional adjustment due to trading day variation is made for the department store series. This variation stems from the fact that a particular day of the week may occur five times in a particular month one year and only four times in the corresponding month in other years. This additional adjustment is made prior to the seasonal adjustment but is treated as part of the seasonal adjustment process.

The department store series have been seasonally adjusted using ARIMA option of the X-11-ARIMA seasonal adjustment program.(2) This new method of seasonal adjustment consists of extending the original series with one year of estimated values prior to the seasonal adjustment procedure. The estimated values are forecasts made by ARIMA models which have been fitted to the original series.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program relies primarily on the ratio-to-moving average method to smooth the extended series as a preliminary estimate of the trend-cycle, computing ratios of the extended original series to the trend-cycle estimates and estimating seasonal factors from these ratios. These procedures are repeated a number of times to produce the final seasonal factors.(3)

While seasonal adjustment provides a deeper understanding of the underlying trend-cycle of a series, the adjusted series still contains an irregular component. Small changes between months in the adjusted series may simply be irregular movements and, to obtain a clearer insight into the underlying trend, users should examine the adjusted series over a number of months.

To assist the user, the Months for Cyclical Dominance number, MCD, is provided.(4) The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of

Désaisonnalisation

La désaisonnalisation(1) isole et mesure l'incidence des variations périodiques qui se produisent au cours d'une année en raison de l'évolution normale du climat, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles réguliers. On rajuste également la série des grands magasins pour tenir compte de la variation du nombre de jours commerciaux. Celle-ci est due au fait qu'un mois donné peut compter, par exemple, cinq samedis une année, mais seulement quatre l'année suivante. Cet ajustement est apporté avant la désaisonnalisation proprement dite, mais il est considéré comme partie intégrante de cette dernière.

La série des grands magasins a été désaisonnalisée au moyen de l'option ARMMI du programme de désaisonnalisation X-11-ARMMI (voir la note donnée plus loin)(2). Cette technique consiste à ajouter à la série d'origine une année de données estimatives avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent de prévisions réalisées par des modèles ARMMI ajustés à la série initiale.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série corrigée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises(3).

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent être de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, ils disposent des mois à dominance cyclique, ou MDC(4). Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieur à l'unité; autrement dit, c'est la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-

(1) See Tables 2, 9 and 13.

(2) For further explanation see **The X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method**, Estela Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

(3) See Tables 14, 15 and 16.

(4) See Tables 14, 15 and 16 (Column 1).

(1) Voir les tableaux 2, 9 et 13.

(2) Pour plus ample information voir **La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI**, par Estela Bee Dagum, Statistique Canada, n° 12-564F au catalogue, hors série.

(3) Voir les tableaux 14, 15 et 16.

(4) Voir les tableaux 14, 15 et 16 (colonne 1).

the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness, whatever the size of the irregular component in the original series.

Explanatory Notes

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios(5) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stocks ratios(6) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas of Montréal, Toronto, Winnipeg and Vancouver are census metropolitan areas as defined by the 1971 Census.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

(5) See Table 10.

(6) See Table 11.

cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on ne puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable et indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées dont la période est égale au MDC tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Notes explicatives

Les variations des ventes en pourcentage donnée dans la présente publication est fondée sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elle tient compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elle ne se limite pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient les ratios stocks-ventes(5) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks(6) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines de Montréal, de Toronto, de Winnipeg et de Vancouver correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1971.

La liste de référence des marchandises, qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

Les chiffres révisés des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

(5) Voir tableau 10.

(6) Voir tableau 11.

Number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current publication is based on.

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif II donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

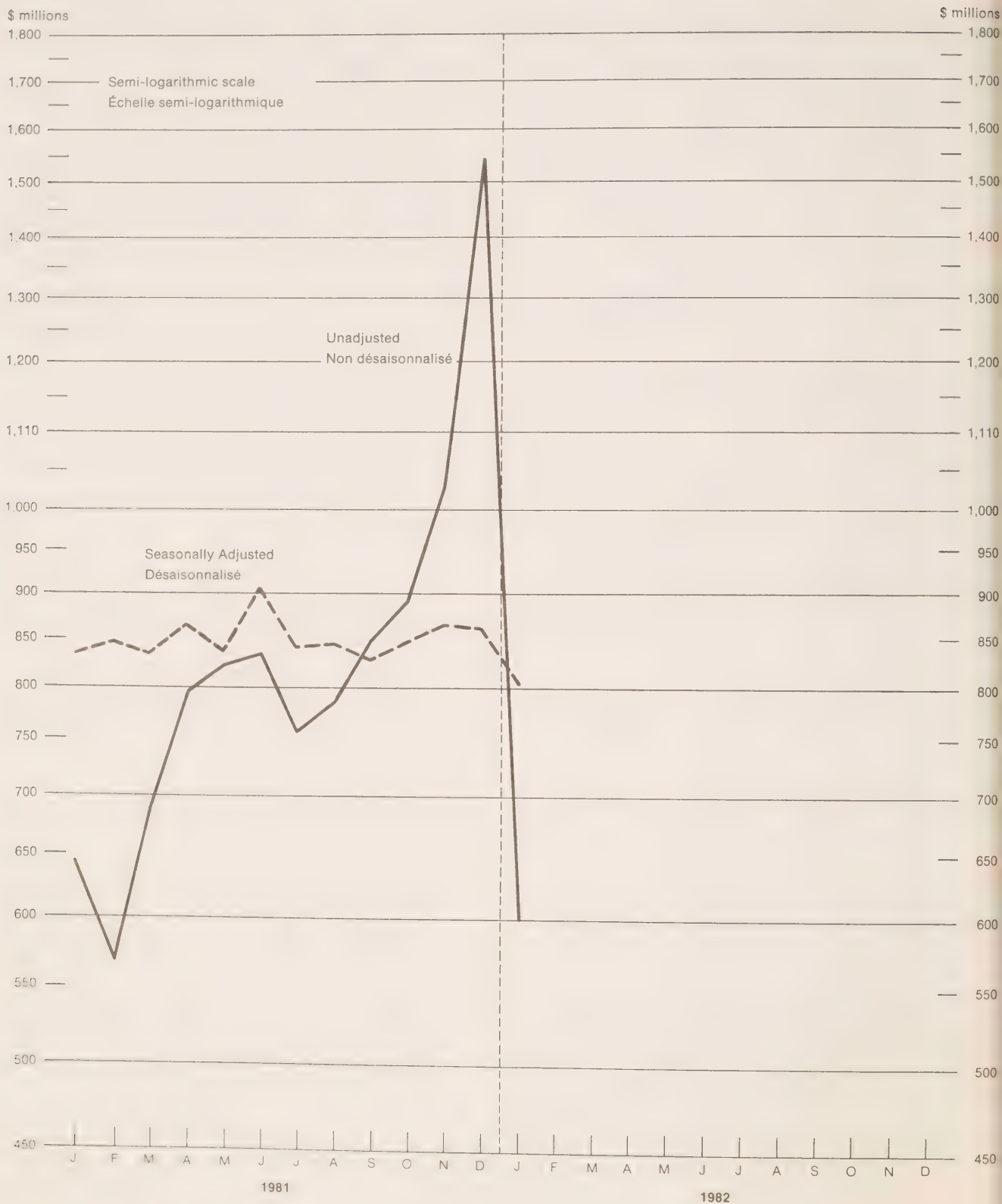
EXT TABLE II. Number of Shopping Days, by Month, 1981 and 1982

TABLEAU EXPLICATIF II. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1981 et 1982

	1982		1981	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	25	5	26	5
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	27	4	26	5
April - Avril	25	4	25	4
May - Mai	26	5	26	5
June - Juin	26	4	26	4
July - Juillet	26	5	26	4
August - Août	26	4	25	5
September - Septembre	25	4	25	4
October - Octobre	25	5	26	5
November - Novembre	26	4	25	4
December - Décembre	26	3	26	4

**Department Store Sales by Month, Canada, Unadjusted
and Seasonally Adjusted, 1981 and 1982**

**Ventes des grands magasins par mois, Canada, non désaisonné
et désaisonné, 1981 et 1982**



Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982

No.	Department	1982	1981						
		January	January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
		thousands of dollars							
		milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,164	9,774	10,657	13,749	18,105	21,250	18,841	16,300
2	Women's and misses' coats and suits	10,424	11,691	11,550	14,427	13,775	7,976	5,627	6,896
3	Women's and misses' sportswear	25,164	27,152	28,072	38,885	45,423	48,500	45,931	40,368
4	Furs	4,191	4,779	2,470	1,600	646	998	487	1,373
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	15,429	14,997	14,640	17,960	22,593	20,131	20,064	19,956
6	Girls' and teenage girls' wear	7,450	8,739	10,230	14,415	15,675	14,473	14,319	12,591
7	Lingerie and women's sleepwear	8,947	9,551	9,764	11,410	13,919	15,635	15,111	14,939
8	Intimate apparel	6,663	7,535	6,230	8,444	9,837	10,080	10,081	9,145
9	Millinery	1,362	1,061	808	806	1,054	868	831	885
10	Women's and girls' hosiery	7,532	7,529	6,502	8,276	9,558	8,783	7,918	6,379
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	8,098	8,522	8,277	10,811	12,980	12,851	11,977	10,268
12	Women's, misses' and children's footwear	12,965	14,422	13,556	20,815	24,258	23,663	21,838	17,856
13	Men's clothing	22,428	24,369	22,063	31,802	33,464	32,375	35,442	26,060
14	Men's furnishings	21,340	22,125	19,536	25,665	28,996	30,045	40,389	29,521
15	Boys' clothing and furnishings	6,041	6,544	6,308	8,755	11,288	9,914	9,121	8,588
16	Men's and boys' footwear	9,287	9,212	9,144	12,998	16,117	15,271	15,796	12,039
17	Food and kindred products	48,298	50,381	52,272	45,722	55,617	55,093	48,258	48,371
18	Toiletries, cosmetics and drugs	33,472	32,965	31,225	34,217	37,341	39,135	37,869	37,502
19	Photographic equipment and supplies	9,033	9,592	8,120	9,633	11,115	11,955	14,252	13,627
20	Piece goods	3,866	4,793	4,765	5,641	5,503	5,062	4,340	3,593
21	Linens and domestics	23,688	25,045	14,047	17,742	20,870	22,151	23,583	26,987
22	Smallwares and notions	8,695	9,660	7,441	7,718	7,836	6,614	6,600	7,175
23	China and glassware	7,319	8,604	7,508	9,182	10,279	11,267	11,283	10,960
24	Floor coverings	9,052	11,012	10,848	12,779	12,976	13,166	12,719	12,778
25	Draperies, curtains and furniture coverings	9,524	11,252	9,849	13,288	15,239	15,520	16,168	16,770
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,078	7,715	5,997	7,264	8,077	7,683	7,696	8,490
27	Furniture	37,565	51,722	33,796	43,720	43,322	50,775	62,073	47,357
28	Major appliances	35,255	41,297	28,799	37,193	39,604	42,777	56,586	45,191
29	Television, radio and music	27,745	29,714	22,358	27,090	27,057	26,070	26,306	29,377
30	Housewares and small electrical appliances	22,897	23,298	24,198	23,028	29,017	32,809	31,524	31,361
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	21,155	19,970	18,157	21,187	29,113	34,462	31,960	26,954
32	Plumbing, heating and building materials	6,267	6,713	6,431	8,034	10,285	11,590	10,605	9,706
33	Jewellery	9,668	9,975	11,416	15,025	17,815	20,031	18,968	16,322
34	Toys and games	6,915	6,953	7,588	9,345	13,516	11,201	11,415	12,904
35	Sporting goods and luggage	19,872	21,071	15,371	21,194	28,394	32,218	35,361	30,851
36	Stationery, books and magazines	17,447	18,223	16,715	17,400	19,522	19,993	19,952	18,430
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	16,159	12,831	11,890	14,931	17,957	17,956	17,970	17,969
38	Meals and lunches	18,314	17,674	16,494	19,211	19,587	20,698	20,288	20,288
39	Repairs and services	6,410	5,622	4,866	5,919	5,976	6,071	6,482	6,480
40	All other departments	19,900	19,867	18,723	21,924	30,031	35,883	29,853	25,198
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	600,079	643,951	568,881	689,205	793,737	822,993	835,884	757,805

TABEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1981					Change - Variation		Rayon	No
August	September	October	November	December	January 1982/ December 1981	January 1982/1981		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier 1982/ décembre 1981	Janvier 1982/1981		
thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
15,225	16,905	16,086	18,421	22,842	- 64.3	- 16.5	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-formes pour dames et jeunes filles	1
15,446	19,536	25,362	21,346	23,703	- 56.0	- 10.8	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
44,879	59,572	50,437	52,638	69,436	- 63.8	- 7.3	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
2,204	2,800	3,625	4,534	6,950	- 39.7	- 12.3	Fourrures	4
23,402	24,469	25,345	25,819	36,185	- 57.4	+ 2.9	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
22,688	18,169	16,396	17,934	25,121	- 70.3	- 14.7	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
12,551	15,265	16,547	23,929	43,184	- 79.3	- 6.3	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
8,997	9,587	8,617	9,500	13,087	- 49.1	- 11.6	Sous-vêtements	8
889	1,469	2,126	3,123	3,945	- 65.5	+ 28.4	Chapeaux	9
7,373	10,667	10,937	10,687	15,586	- 51.7	--	Bas pour dames et fillettes	10
11,416	16,619	16,583	21,369	35,037	- 76.9	- 5.0	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
22,104	28,614	28,236	26,355	31,323	- 58.6	- 10.1	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
31,552	41,073	42,076	50,135	68,716	- 67.4	- 8.0	Vêtements pour hommes	13
27,999	36,196	37,530	56,255	100,808	- 78.8	- 3.5	Articles d'habillement pour hommes	14
16,392	11,823	11,730	13,649	22,321	- 72.9	- 7.7	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
14,075	17,234	17,168	17,882	23,436	- 60.4	+ 0.8	Chaussures pour hommes et garçons	16
55,938	47,868	55,930	66,402	76,481	- 36.8	- 4.1	Produits alimentaires et connexes	17
37,938	38,702	42,975	50,461	100,686	- 66.8	+ 1.5	Articles de toilette, cosmétiques et médi-caments	18
14,562	13,296	12,986	16,609	31,811	- 71.6	- 5.8	Appareils et fournitures photographiques	19
4,545	5,722	6,018	6,186	4,605	- 16.0	- 19.3	Issus à la pièce	20
23,554	25,638	25,049	25,237	39,605	- 40.2	- 5.4	Literie et linge de maison	21
7,464	10,321	10,729	10,039	12,620	- 31.1	- 10.0	Menus articles	22
9,769	11,955	11,177	18,301	36,041	- 79.7	- 14.9	Porcelaine et verrerie	23
11,291	12,253	14,116	13,976	12,311	- 26.5	- 17.8	Revêtements de plancher	24
14,241	14,880	15,932	15,914	17,826	- 46.6	- 15.4	Tentures, rideaux et housses	25
7,981	8,710	9,268	13,026	20,340	- 70.1	- 21.2	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
37,828	44,415	42,234	41,441	42,272	- 11.1	- 27.4	Meubles	27
37,748	39,375	41,570	38,116	43,490	- 18.9	- 14.6	Gros appareils ménagers	28
29,765	32,673	35,895	45,604	70,303	- 60.5	- 6.6	Télévision, radio et musique	29
30,907	29,303	34,358	42,503	75,348	- 69.6	- 1.7	Articles de ménage et petits appareils élec-triques	30
24,835	23,810	27,060	26,868	37,838	- 44.1	+ 5.9	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
9,116	9,040	10,492	9,389	9,385	- 33.2	- 6.6	Matériel de plomberie, chauffage et cons-truction	32
17,312	22,185	19,325	33,417	67,819	- 85.7	- 3.1	Bijouterie	33
12,646	12,227	21,276	47,723	76,988	- 91.0	- 0.5	Jouets et jeux	34
24,941	22,815	23,472	28,380	53,876	- 63.1	- 5.7	Articles de sport et valises	35
27,346	26,354	23,268	31,923	60,620	- 71.2	- 4.3	Papeterie, livres et revues	36
17,550	16,149	22,490	22,667	23,064	- 29.9	+ 25.9	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
20,727	20,366	21,888	23,159	30,880	- 40.7	+ 3.6	Repas et casse-croûtes	38
6,137	6,928	8,273	9,568	9,631	- 33.4	+ 14.0	Services et travaux de réparation	39
25,153	23,407	27,697	25,947	46,932	- 57.6	+ 0.2	Tous autres rayons	40
786,486	848,390	892,279	1,036,432	1,542,452	- 61.1	- 6.8	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982(1)

	1982	1981					
Department	January	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	thousands of dollars						
	milliers de dollars						
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	14,120	16,452	16,305	16,100	17,026	15,803	16,175
2 Women's and misses' coats and suits	13,901	15,462	16,851	13,386	13,447	14,190	13,932
3 Women's and misses' sportswear	41,368	43,218	43,733	45,634	47,628	42,863	46,888
4 Furs	2,236	2,632	2,339	2,716	2,195	5,357	3,331
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	21,546	20,832	21,879	20,670	23,515	21,016	23,739
6 Girls' and teenage girls' wear	14,700	16,185	17,307	15,869	16,238	15,407	16,238
7 Lingerie and women's sleepwear	16,523	16,830	16,928	15,889	16,847	15,747	16,820
8 Intimate apparel	8,494	9,358	8,856	9,385	9,329	9,159	9,170
9 Millinery	1,657	1,264	1,460	1,460	1,462	1,246	1,326
10 Women's and girls' hosiery	9,245	8,848	8,774	9,278	9,208	8,808	9,411
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	13,812	14,197	14,460	14,633	15,132	13,817	14,651
12 Women's, misses' and children's footwear	21,195	22,349	24,895	24,173	22,733	22,115	23,621
13 Men's clothing	35,264	36,389	37,102	34,932	36,173	37,098	37,004
14 Men's furnishings	36,572	36,733	35,537	37,380	38,102	37,006	39,469
15 Boys' clothing and furnishings	10,869	11,215	11,723	10,506	12,162	11,313	11,218
16 Men's and boys' footwear	15,032	14,249	15,275	15,991	14,805	15,029	15,414
17 Food and kindred products	57,842	58,626	56,546	47,741	54,398	53,199	54,271
18 Toiletries, cosmetics and drugs	43,743	41,669	41,506	40,969	41,508	42,322	43,141
19 Photographic equipment and supplies	12,542	12,874	13,583	13,058	13,707	13,832	14,772
20 Piece goods	4,529	5,411	5,625	5,362	5,146	4,596	4,711
21 Linens and domestics	22,685	23,215	22,520	23,406	25,084	24,379	25,440
22 Smallwares and notions	8,098	8,822	8,950	8,429	8,365	8,125	8,553
23 China and glassware	10,878	12,482	12,864	13,189	13,313	12,661	14,166
24 Floor coverings	10,688	12,609	13,593	13,564	13,329	13,025	13,456
25 Draperies, curtains and furniture coverings	12,278	14,042	14,303	14,753	14,263	14,823	15,620
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8,249	10,034	8,720	8,963	8,835	9,343	9,624
27 Furniture	34,811	46,193	44,821	49,013	46,668	48,593	62,713
28 Major appliances	35,597	41,438	41,715	42,155	45,785	40,748	57,077
29 Television, radio and music	31,258	32,634	32,206	32,968	34,800	34,816	37,261
30 Housewares and small electrical appliances	33,652	32,962	34,549	31,481	33,847	33,775	35,802
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	30,825	27,630	27,522	25,898	27,556	28,084	28,381
32 Plumbing, heating and building materials	8,355	9,053	9,360	9,455	9,608	9,037	8,563
33 Jewellery	20,453	20,074	21,251	21,791	22,400	22,639	22,402
34 Toys and games	20,137	19,436	20,416	19,220	20,585	18,078	19,393
35 Sporting goods and luggage	27,256	27,105	27,504	31,049	28,635	28,371	28,147
36 Stationery, books and magazines	23,084	23,404	24,134	23,555	24,796	24,435	24,718
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	21,783	16,851	17,404	17,237	16,973	17,623	17,940
38 Meals and lunches	21,427	20,000	20,702	20,773	20,789	21,669	21,253
39 Repairs and services	7,450	6,263	6,314	6,777	6,827	6,345	6,448
40 All other departments	28,091	26,783	27,732	25,687	28,353	25,105	26,162
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	803,641	834,306	847,678	834,288	865,863	837,993	904,147

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1981 et 1982(1)

1981						Change - Variation			
July	August	September	October	November	December	January 1982/ December 1981	Rayon		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier 1982/ décembre 1981			N ^o
thousands of dollars						per. cent			
milliers de dollars						pourcentage			
17,198	16,240	16,489	16,428	17,989	16,395	- 13.9	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles		1
14,307	14,540	14,761	15,716	14,443	15,507	- 10.4	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles		2
46,030	45,997	47,992	47,151	46,944	46,198	- 10.5	Vêtements sport pour dames et jeunes filles		3
2,537	2,075	2,505	3,125	2,522	3,241	- 31.0	Fourrures		4
22,685	21,896	21,445	22,087	22,506	23,082	- 6.7	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants		5
15,709	16,445	15,568	15,547	15,470	15,936	- 7.8	Vêtements de fillettes et d'adolescentes		6
17,293	16,657	16,754	17,197	17,585	17,008	- 2.9	Lingerie et vêtements de nuit pour dames		7
8,923	9,302	9,091	9,382	9,938	9,292	- 8.6	Sous-vêtements		8
1,335	1,398	1,598	1,442	1,571	1,722	- 3.8	Chapeaux		9
8,973	8,651	9,296	9,355	9,458	9,600	- 3.7	Bas pour dames et fillettes		10
14,608	15,057	15,909	15,708	14,574	14,364	- 3.8	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes		11
23,897	22,655	22,681	22,649	20,086	23,530	- 9.9	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants		12
36,663	38,047	37,187	36,148	36,324	36,916	- 4.5	Vêtements pour hommes		13
38,757	37,055	39,378	38,843	37,846	37,931	- 3.6	Articles d'habillement pour hommes		14
11,071	11,569	11,129	10,919	11,510	11,900	- 8.7	Vêtements et articles d'habillement pour garçons		15
14,094	15,604	15,132	15,133	14,972	14,840	+ 1.3	Chaussures pour hommes et garçons		16
53,531	56,876	53,311	55,563	59,946	54,943	+ 5.3	Produits alimentaires et connexes		17
42,918	43,457	43,945	44,136	44,958	45,988	+ 4.9	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments		18
13,312	14,880	14,645	14,662	15,069	13,367	- 6.2	Appareils et fournitures photographiques		19
4,667	4,949	4,993	5,047	5,486	4,829	- 6.2	Tissus à la pièce		20
24,657	24,358	22,920	24,298	23,535	24,738	- 8.3	Literie et linge de maison		21
8,522	8,835	9,023	9,311	8,629	8,451	- 4.2	Menus articles		22
13,018	11,691	12,591	13,069	13,371	13,266	- 18.0	Porcelaine et verrerie		23
12,777	12,140	11,188	11,345	11,620	12,603	- 15.2	Revêtements de plancher		24
15,509	15,111	14,022	14,226	14,745	15,202	- 19.2	Tentures, rideaux et housses		25
9,939	9,064	8,931	9,047	9,752	9,526	- 13.4	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison		26
40,328	37,483	41,297	40,528	41,420	43,521	- 20.0	Meubles		27
36,815	36,412	34,944	39,139	38,447	40,740	- 12.6	Gros appareils ménagers		28
34,440	32,756	28,889	33,440	35,520	33,454	- 6.6	Télévision, radio et musique		29
32,218	33,734	31,658	36,470	35,871	34,223	- 1.7	Articles de ménage et petits appareils élec- triques		30
28,412	27,485	24,781	24,036	25,852	26,794	+ 15.0	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.		31
8,420	10,375	8,173	9,529	10,194	9,803	- 14.8	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction		32
21,507	22,318	24,143	22,749	24,415	21,985	- 7.0	Bijouterie		33
19,713	21,218	20,550	20,360	21,361	20,625	- 2.4	Jouets et jeux		34
28,003	29,239	28,306	27,562	26,459	28,332	- 3.8	Articles de sport et valises		35
24,004	25,940	25,013	25,862	24,987	26,422	- 12.6	Papeterie, livres et revues		36
17,810	19,629	17,559	18,645	18,537	16,817	+ 29.5	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures		37
20,704	20,457	21,190	20,974	21,117	21,388	+ 0.2	Repas et casse-croûtes		38
7,248	6,859	6,930	7,056	7,279	7,166	+ 4.0	Services et travaux de réparation		39
26,270	27,325	28,923	29,057	28,392	30,836	- 8.9	Tous autres rayons		40
840,511	845,502	828,749	847,932	864,558	862,090	- 6.8	TOTAL, TOUTS RAYONS		41

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 3. Department Store Monthly Sales, by Province and Selected Metropolitan Area, 1980 and 1981

No.	Province and selected metropolitan area	1982	1981						
		January	January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
		thousands of dollars milliers de dollars							
1	Newfoundland	5,603	6,012	6,184	7,847	9,494	9,609	9,854	8,848
2	Prince Edward Island	3,311	3,280	3,185	3,273	4,317	4,316	4,973	5,306
3	Nova Scotia	12,967	12,104	12,952	15,077	20,085	19,956	20,309	18,841
4	New Brunswick	10,210	10,436	10,409	12,436	17,078	16,220	16,612	14,786
5	Quebec	106,158	117,240	100,803	118,500	144,831	154,884	145,347	135,979
6	Ontario	209,112	226,711	193,333	232,652	278,621	290,044	307,749	258,671
7	Manitoba	28,921	30,286	28,516	37,528	40,614	40,472	40,104	39,781
8	Saskatchewan	15,630	17,336	16,220	21,595	22,961	23,703	22,475	21,182
9	Alberta	94,682	94,659	86,057	105,753	112,504	118,234	121,475	113,759
10	British Columbia	111,571	123,894	109,290	132,072	140,829	142,628	143,632	137,567
11	Yukon and Northwest Territories	1,913	1,992	1,932	2,473	2,403	2,928	3,355	3,085
12	CANADA	600,079	643,951	568,881	689,205	793,737	822,993	835,884	757,805
13	Montréal	65,774	73,242	62,569	72,735	89,387	94,134	88,334	82,622
14	Toronto	87,801	96,024	81,007	95,652	113,130	118,197	126,725	104,611
15	Winnipeg	26,332	27,617	26,085	33,866	36,738	36,502	35,752	35,830
16	Vancouver	68,830	78,018	68,220	81,280	86,254	85,943	86,143	81,407

TABLE 4. Number of Department Store Locations, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

No.	Province and selected metropolitan area	1982	1981						
		January	January	February	March	April	May	June	
		Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	
		number - nombre							
1	Newfoundland	15	17	16	17	17	17	16	
2	Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7	7	
3	Nova Scotia	30	28	29	29	30	30	30	
4	New Brunswick	27	25	25	26	26	26	26	
5	Quebec	163	161	161	161	161	162	160	
6	Ontario	294	279	279	284	285	285	285	
7	Manitoba	37	36	37	37	37	37	37	
8	Saskatchewan	26	26	26	26	26	26	26	
9	Alberta	82	65	65	65	66	66	67	
10	British Columbia	99	95	95	96	96	96	96	
11	Yukon and Northwest Territories	7	7	7	7	7	7	7	
12	CANADA	787	746	747	755	758	759	757	
13	Montréal	80	80	80	80	80	80	80	
14	Toronto	86	80	80	84	84	84	84	
15	Winnipeg	29	29	29	29	29	29	29	
16	Vancouver	40	40	40	40	40	40	40	

TABLEAU 3. Ventes mensuelles des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1981					Change - Variation			
August	September	October	November	December	January 1982/ December 1981	January 1982/1981	Province et certaines zones métropolitaines	
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier 1982/ décembre 1981	Janvier 1982/1981		N°
thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
10,479	9,526	10,454	13,146	19,400	- 71.1	- 6.8	Terre-Neuve	1
4,949	4,808	4,488	5,360	8,516	- 61.1	+ 0.9	Île-du-Prince-Édouard	2
20,934	19,599	21,763	29,060	45,534	- 71.5	+ 7.1	Nouvelle-Écosse	3
16,560	16,995	18,438	23,618	34,022	- 70.0	- 2.2	Nouveau-Brunswick	4
143,855	146,869	159,084	176,579	264,016	- 59.8	- 9.5	Québec	5
267,875	301,967	312,584	364,786	562,317	- 62.8	- 7.8	Ontario	6
38,840	44,651	45,423	54,511	76,621	- 63.3	- 4.5	Manitoba	7
21,490	22,636	25,556	30,263	42,556	- 58.0	- 9.8	Saskatchewan	8
121,743	125,211	139,365	157,178	225,573	- 56.9	--	Alberta	9
136,600	152,884	152,058	178,945	258,846	- 62.1	- 9.9	Colombie-Britannique	10
3,162	3,245	3,066	2,985	5,051	- 61.1	- 4.0	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
786,486	848,390	892,279	1,036,432	1,542,452	- 48.8	- 6.8	CANADA	12
83,486	92,978	99,300	110,690	165,297	- 49.3	- 10.2	Montréal	13
105,560	126,829	126,385	147,324	230,378	- 61.9	- 8.6	Toronto	14
34,713	40,651	41,004	49,523	68,668	- 61.7	- 4.7	Winnipeg	15
80,527	92,585	91,004	109,284	153,147	- 55.1	- 11.8	Vancouver	16

TABLEAU 4. Nombre de succursales des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

[illegible]

TABLE 5. Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982
January

TABLEAU 5. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982
Janvier

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1982/1981
		1981	1982	Variation 1982/1981
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles			
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles			
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sport pour dames et jeunes filles			
4	Furs - Fourrures			
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants			
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes			
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames			
8	Intimate apparel - Sous-vêtements			
9	Millinery - Chapeaux			
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes			
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes			
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants			
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes			
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes			
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habille- ment pour garçons			
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons			
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes			
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments			
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques			
20	Piece goods - Tissus à la pièce			
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison			
22	Smallwares and notions - Menus articles			
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie			
24	Floor coverings - Revêtements de plancher			
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses			
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison			
27	Furniture - Meubles			
28	Major appliances - Gros appareils ménagers			
29	Television, radio and music - Télévision, radio et musique			
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques			
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.			
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction			
33	Jewellery - Bijouterie			
34	Toys and games - Jouets et jeux			
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises			
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues			
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures			
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes			
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation			
40	All other departments - Tous autres rayons			
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS			

Cumulative figures will appear here in subse-
quent issues.

Les chiffres cumulatifs paraîtront ici dans
les numéros ultérieurs.

TABLE 6. Department Store Cumulative Sales, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982
January

TABEAU 6. Ventes cumulatives des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines,
1981 et 1982
Janvier

Province and selected metropolitan area Province et certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	Cumulative figures will appear here in subsequent issues. Les chiffres cumulatifs paraîtront ici dans les numéros ultérieurs.		
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard			
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse			
New Brunswick - Nouveau-Brunswick			
Québec			
Ontario			
Manitoba			
Saskatchewan			
Alberta			
British Columbia - Colombie-Britannique			
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest			
CANADA			
Montréal			
Toronto			
Winnipeg			
Vancouver			

TABLE 7. Department Store Monthly Sales as a Percentage of Total Retail Trade, by Province, 1981 and
1982
January

TABEAU 7. Proportions procentuelles mensuelles des grands magasins en relation au total du commerce
de détail, par province, 1981 et 1982
Janvier

Province	1981	1982
	per cent - pourcentage	
Newfoundland - Terre-Neuve	5.6	5.1
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	12.7	13.1
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	6.2	6.3
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	6.9	6.6
Québec	7.1	6.5
Ontario	9.4	8.6
Manitoba	12.6	11.0
Saskatchewan	6.5	5.5
Alberta	12.6	12.2
British Columbia - Colombie-Britannique	14.2	12.8
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	10.7	9.5
CANADA	9.7	8.8

TABLE B. Department Store Monthly Stocks,(1) by Department, Canada, 1981 and 1982

Department	1982		1981					
	January	January	February	March	April	May	June	July
No.	thousands of dollars	milliers de dollars						
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	45,563	35,851	41,527	44,182	55,777	49,305	38,560	41,378
2 Women's and misses' coats and suits	28,018	30,940	35,537	35,610	36,228	30,420	31,220	62,215
3 Women's and misses' sportswear	98,814	84,745	98,540	107,490	130,438	122,096	102,218	111,202
4 Furs	18,433	20,770	20,013	20,508	20,567	19,732	18,881	18,545
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	61,548	50,531	55,118	56,341	76,929	70,698	64,197	87,509
6 Girls' and teenage girls' wear	35,182	28,907	36,024	38,848	49,000	46,679	38,556	55,464
7 Lingerie and women's sleepwear	40,036	33,348	35,854	39,749	49,924	48,059	41,209	42,895
8 Intimate apparel	32,235	25,823	27,335	26,247	30,791	33,642	28,288	30,624
9 Millinery	1,705	1,420	1,393	922	1,266	1,630	1,063	1,105
10 Women's and girls' hosiery	20,962	21,100	22,297	23,435	27,829	26,606	22,966	23,713
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	34,682	39,928	43,106	47,365	55,094	52,441	44,411	47,078
12 Women's, misses' and children's footwear	87,084	72,967	83,004	91,621	106,156	99,470	91,184	92,436
13 Men's clothing	121,023	117,100	149,408	149,075	172,679	166,122	136,514	158,858
14 Men's furnishings	115,358	109,854	120,376	127,563	151,559	142,916	121,030	136,045
15 Boys' clothing and furnishings	35,239	33,975	39,084	35,627	41,706	37,557	36,567	56,610
16 Men's and boys' footwear	67,699	55,557	63,376	71,029	84,270	85,669	77,921	81,006
17 Food and kindred products	38,730	30,490	28,920	33,536	33,515	32,371	33,961	32,435
18 Toiletries, cosmetics and drugs	168,715	133,997	124,172	126,965	146,190	144,270	131,929	140,976
19 Photographic equipment and supplies	54,039	44,911	45,605	43,377	54,377	54,345	44,721	52,359
20 Piece goods	26,758	30,058	32,904	30,913	33,208	30,734	28,255	29,504
21 Linens and domestics	105,895	80,651	98,075	99,696	113,422	116,813	107,465	109,552
22 Smallwares and notions	35,714	31,578	39,851	34,954	43,647	44,092	42,425	45,022
23 China and glassware	79,696	66,718	65,490	75,849	84,310	87,525	83,694	83,251
24 Floor coverings	59,308	49,556	50,649	51,129	56,820	60,777	60,816	64,769
25 Draperies, curtains and furniture coverings	74,144	59,677	63,945	64,469	72,116	71,392	63,663	71,225
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	44,908	37,186	43,760	43,978	48,504	53,929	46,369	49,593
27 Furniture	203,525	173,286	173,941	182,199	220,320	218,557	190,776	210,158
28 Major appliances	67,844	62,689	69,699	69,867	78,608	70,973	60,241	71,148
29 Television, radio and music	119,077	105,836	104,349	112,138	126,402	121,670	116,182	116,956
30 Housewares and small electrical appliances	128,912	106,766	114,651	122,252	145,705	145,948	133,143	136,006
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	109,649	90,823	104,052	116,127	136,162	142,049	121,386	149,710
32 Plumbing, heating and building materials	33,209	33,568	32,025	26,756	33,932	33,413	28,427	32,969
33 Jewellery	112,886	97,901	105,696	106,713	121,229	116,849	103,945	112,285
34 Toys and games	73,582	64,638	65,359	64,426	78,541	70,483	62,370	68,908
35 Sporting goods and luggage	106,210	93,128	108,939	119,356	157,754	155,526	133,077	133,273
36 Stationery, books and magazines	85,895	70,974	73,845	73,839	90,088	89,601	87,492	95,990
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	45,833	38,066	44,580	38,885	48,942	51,174	38,987	47,474
38 Meals and lunches	1,490	2,274	2,183	1,638	2,520	2,159	2,102	1,315
39 Repairs and services	5,313	4,561	4,326	4,401	5,444	5,710	4,742	6,498
40 All other departments	60,107	48,002	60,220	67,247	82,468	84,960	73,576	76,609
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,685,020	2,320,150	2,529,228	2,626,322	3,104,437	3,038,362	2,694,529	2,984,668

(1) At selling value.

TABLEAU 8. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1981					Change - Variation		Rayon	N°
August	September	October	November	December	January 1982/ December 1981	January 1982/1981		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier 1982/ décembre 1981	Janvier 1982/1981		
Thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
40,110	42,433	60,868	53,743	45,786	- 0.5	+ 27.1	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
62,598	65,510	74,549	60,145	35,084	- 20.1	- 9.4	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
115,399	112,846	145,329	137,595	98,048	+ 0.8	+ 16.6	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
20,458	23,087	26,720	25,164	21,835	- 15.6	- 11.3	Fourrures	4
76,509	68,429	95,947	77,979	67,473	- 8.8	+ 21.8	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
52,124	45,402	58,618	47,903	34,740	+ 1.3	+ 21.7	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
44,299	43,870	66,798	68,615	40,870	- 2.0	+ 20.1	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
30,668	25,971	38,477	37,252	31,901	+ 1.0	+ 24.8	Sous-vêtements	8
1,051	1,316	2,228	3,278	3,176	- 46.3	+ 20.1	Chapeaux	9
26,739	21,390	26,752	26,604	20,683	+ 1.3	- 0.7	Bas pour dames et fillettes	10
46,796	41,470	62,312	58,656	36,800	- 5.8	- 13.1	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
92,706	84,756	106,815	97,717	94,118	- 7.5	+ 19.3	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
194,661	161,689	216,974	199,854	166,475	- 27.3	+ 3.4	Vêtements pour hommes	13
143,200	141,906	189,605	168,161	106,990	+ 7.8	+ 5.0	Articles d'habillement pour hommes	14
41,136	40,941	58,424	46,410	34,258	+ 2.9	+ 3.7	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
80,805	71,816	97,481	85,998	76,015	- 10.9	+ 21.9	Chaussures pour hommes et garçons	16
25,972	26,981	37,559	41,884	25,542	+ 51.6	+ 27.0	Produits alimentaires et connexes	17
135,451	133,437	207,518	208,172	151,758	+ 11.2	+ 25.9	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
54,016	50,905	73,533	60,609	44,326	+ 21.9	+ 20.3	Appareils et fournitures photographiques	19
29,430	27,118	33,092	31,946	31,088	- 13.9	- 11.0	Tissus à la pièce	20
105,405	94,301	130,181	129,636	119,597	- 11.5	+ 31.3	Literie et linge de maison	21
42,216	38,577	44,058	38,940	42,654	- 16.3	+ 13.1	Menus articles	22
84,672	80,361	97,243	98,814	106,167	- 24.9	+ 19.5	Porcelaine et verrerie	23
63,337	54,133	65,359	59,506	65,866	- 10.0	+ 19.7	Revêtements de plancher	24
68,415	61,290	80,407	76,567	76,135	- 2.6	+ 24.2	Tentures, rideaux et housses	25
51,868	46,759	62,835	56,345	43,174	+ 4.0	+ 20.8	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
206,187	188,648	242,317	214,318	235,492	- 13.6	+ 17.5	Meubles	27
69,540	63,806	86,617	85,701	81,341	- 16.6	+ 8.2	Gros appareils ménagers	28
116,657	110,190	154,194	149,478	128,746	- 7.5	+ 12.5	Télévision, radio et musique	29
136,688	129,288	166,685	166,409	125,323	+ 2.9	+ 20.7	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
147,239	119,280	172,256	142,516	123,405	- 11.1	+ 20.7	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
32,025	27,271	36,533	32,821	34,188	- 2.9	- 1.1	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
112,351	102,891	144,241	140,645	108,452	+ 4.1	+ 15.3	Bijouterie	33
87,015	96,375	141,712	112,165	55,211	+ 33.3	+ 13.8	Jouets et jeux	34
125,094	129,179	188,551	152,263	123,955	- 14.3	+ 14.0	Articles de sport et valises	35
89,539	86,460	115,752	100,566	74,561	+ 15.2	+ 21.0	Papeterie, livres et revues	36
48,692	40,979	62,274	55,507	47,540	- 3.6	+ 20.4	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
1,159	1,316	1,522	1,386	1,346	+ 10.7	- 34.5	Repas et casse-croûtes	38
5,882	5,575	6,805	5,825	4,473	+ 18.8	+ 16.5	Services et travaux de réparation	39
74,947	67,914	90,286	80,257	77,757	- 22.7	+ 25.2	Tous autres rayons	40
2,983,056	2,775,866	3,769,427	3,437,350	2,842,349	- 5.5	+ 15.7	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 9. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982(1)

No.	Department	1982	1981					
		January	January	February	March	April	May	June
		Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	50,429	40,022	40,790	41,811	46,531	44,347	45,785
2	Women's and misses' coats and suits	37,095	41,469	40,201	40,178	46,027	43,463	44,511
3	Women's and misses' sportswear	119,499	102,851	105,201	105,891	110,214	106,134	109,336
4	Furs	18,761	21,147	23,044	27,744	25,379	24,102	23,584
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	73,263	60,692	63,459	62,104	71,749	67,803	71,085
6	Girls' and teenage girls' wear	46,667	38,734	40,017	41,048	43,868	43,034	42,083
7	Lingerie and women's sleepwear	52,520	43,622	42,904	41,375	45,580	43,508	45,849
8	Intimate apparel	31,578	25,546	28,039	27,878	30,522	31,544	31,275
9	Millinery
10	Women's and girls' hosiery	22,997	23,506	24,958	24,237	26,343	24,353	24,839
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	40,683	47,116	48,429	52,193	51,122	50,943	51,870
12	Women's, misses' and children's footwear	101,508	85,524	90,849	91,759	95,524	92,660	97,066
13	Men's clothing	153,252	144,644	162,780	161,634	169,542	165,378	163,549
14	Men's furnishings	135,636	130,054	137,184	139,673	141,976	130,529	136,989
15	Boys' clothing and furnishings	40,999	39,391	40,447	41,475	40,621	38,528	41,114
16	Men's and boys' footwear	83,589	67,738	73,866	71,293	76,693	77,768	83,849
17	Food and kindred products
18	Toiletries, cosmetics and drugs	171,755	136,834	145,190	139,476	140,405	135,822	139,652
19	Photographic equipment and supplies	54,901	45,548	51,930	49,382	53,384	51,091	51,192
20	Piece goods	29,154	32,958	33,625	29,542	31,082	28,225	29,111
21	Linens and domestics	115,973	88,864	99,123	103,098	101,405	102,405	103,501
22	Smallwares and notions	39,940	35,723	44,764	38,014	41,014	37,512	39,709
23	China and glassware	88,374	74,189	73,374	82,796	83,492	83,644	89,264
24	Floor coverings	57,536	48,544	51,894	53,809	55,892	57,576	60,131
25	Draperies, curtains and furniture coverings	77,597	62,846	63,207	65,212	68,493	64,925	65,022
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	52,237	43,643	47,575	44,057	46,945	48,920	46,654
27	Furniture	216,978	183,312	179,274	183,391	197,278	196,438	187,642
28	Major appliances	66,319	60,156	65,785	68,290	72,243	66,200	62,608
29	Television, radio and music	128,274	113,670	114,443	113,834	115,299	114,653	120,259
30	Housewares and small electrical appliances	144,845	121,164	122,821	125,284	130,806	132,343	134,842
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	128,557	111,833	114,207	110,286	114,162	108,184	110,216
34	Toys and games	87,608	77,583	84,302	76,835	83,174	75,650	77,691
35	Sporting goods and luggage	142,755	127,108	133,118	123,035	141,496	132,645	139,948
36	Stationery, books and magazines	97,475	81,040	86,240	84,099	92,398	82,711	91,185
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies
38	Meals and lunches
39	Repairs and services
40	All other departments
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,009,775	2,614,016	2,804,660	2,742,895	2,920,174	2,821,659	2,882,466

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 9. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1981 et 1982(1)

1981						Change - Variation		
July	August	September	October	November	December	January 1982/ December 1981	Rayon	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier 1982/ décembre 1981		
thousands of dollars						per cent		N ^o
milliers de dollars						pourcentage		
44,801	44,072	49,974	53,766	46,802	50,564	- 0.3	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
49,182	46,652	49,005	51,731	51,481	47,334	- 21.6	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
107,276	113,963	128,438	132,346	119,575	126,907	- 5.8	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
18,749	17,199	19,465	19,909	19,702	20,823	- 9.9	Fourrures	4
71,285	71,291	70,677	83,049	72,103	77,662	- 5.7	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
45,612	47,480	46,258	50,528	41,910	49,389	- 5.5	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
44,738	44,441	46,019	50,689	51,397	53,940	- 2.6	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
31,920	30,431	30,125	35,643	31,750	31,758	- 0.6	Sous-vêtements	8
...	Chapeaux	9
22,571	23,762	21,634	24,948	25,030	24,307	- 5.4	Bas pour dames et fillettes	10
50,233	47,586	44,520	47,566	42,514	44,210	- 8.0	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
85,006	83,414	87,876	98,811	99,417	107,147	- 5.3	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
160,967	166,991	160,374	173,690	169,110	184,256	- 16.8	Vêtements pour hommes	13
134,631	139,395	143,383	143,575	137,871	142,444	- 4.8	Articles d'habillement pour hommes	14
46,133	41,091	41,413	45,605	38,050	42,984	- 4.6	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
80,860	76,002	74,552	78,696	80,425	88,534	- 5.6	Chaussures pour hommes et garçons	16
...	Produits alimentaires et connexes	17
146,682	150,418	153,517	165,340	153,928	174,134	- 1.4	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
54,292	60,911	59,706	53,772	46,698	47,468	+ 15.7	Appareils et fournitures photographiques	19
29,670	28,069	29,479	31,828	32,482	32,645	- 10.7	Tissus à la pièce	20
112,975	112,169	114,945	124,420	121,337	121,727	- 4.7	Literie et linge de maison	21
40,940	41,070	43,050	44,023	40,352	42,701	- 6.5	Menus articles	22
83,653	84,175	88,260	85,556	83,954	99,819	- 11.5	Porcelaine et verrerie	23
65,344	61,744	62,872	64,292	62,916	59,683	- 3.6	Revêtements de plancher	24
71,475	70,112	70,416	77,658	75,786	74,351	+ 4.4	Tentures, rideaux et housses	25
48,037	50,519	50,485	54,047	49,841	52,645	- 0.8	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
209,571	225,046	230,339	245,633	217,405	210,637	+ 3.0	Meubles	27
74,869	82,491	81,782	87,377	81,310	71,603	- 7.4	Gros appareils ménagers	28
122,776	124,381	128,682	141,579	127,378	123,143	+ 4.2	Télévision, radio et musique	29
137,853	138,826	142,844	150,126	144,905	146,132	- 0.9	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
...	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
...	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
117,761	114,062	116,789	123,157	111,898	121,135	+ 6.1	Bijouterie	33
80,774	81,997	74,226	79,262	84,050	102,718	- 14.7	Jouets et jeux	34
135,924	129,658	128,677	148,395	133,237	145,027	- 1.6	Articles de sport et valises	35
91,936	83,869	88,905	91,590	82,283	94,994	+ 2.6	Papeterie, livres et revues	36
...	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
...	Repas et casse-croûtes	38
...	Services et travaux de réparation	39
...	Tous autres rayons	40
2,939,112	2,977,993	2,970,429	3,197,410	3,018,927	3,172,973	- 5.1	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 10. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982

No.	Department	1982	1981					
		January	January	February	March	April	May	June
		Janvier	January	February	March	April	May	June
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5.58	3.67	3.90	3.21	3.08	2.32	2.05
2	Women's and misses' coats and suits	2.69	2.65	3.08	2.47	2.63	3.81	5.55
3	Women's and misses' sportswear	3.93	3.12	3.51	2.76	2.87	2.52	2.23
4	Furs	4.40	4.35	8.10	12.82	31.84	19.77	38.77
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.99	3.37	3.76	3.14	3.41	3.51	3.20
6	Girls' and teenage girls' wear	4.72	3.31	3.52	2.69	3.13	3.23	2.69
7	Lingerie and women's sleepwear	4.47	3.49	3.67	3.48	3.59	3.07	2.73
8	Intimate apparel	4.84	3.43	4.39	3.11	3.13	3.34	2.81
9	Millinery	1.25	1.34	1.72	1.14	1.20	1.88	1.28
10	Women's and girls' hosiery	2.78	2.80	3.43	2.83	2.91	3.03	2.90
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.28	4.69	5.21	4.38	4.24	4.08	3.71
12	Women's, misses' and children's footwear	6.72	5.06	6.12	4.40	4.38	4.20	4.18
13	Men's clothing	5.40	4.81	6.77	4.69	5.16	5.13	3.85
14	Men's furnishings	5.41	4.97	6.16	4.97	5.23	4.76	3.00
15	Boys' clothing and furnishings	5.83	5.19	6.20	4.07	3.69	3.79	4.01
16	Men's and boys' footwear	7.29	6.03	6.93	5.46	5.23	5.61	4.93
17	Food and kindred products	0.80	0.61	0.55	0.73	0.60	0.59	0.70
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.04	4.06	3.98	3.71	3.91	3.69	3.48
19	Photographic equipment and supplies	5.98	4.68	5.62	4.50	4.89	4.55	3.14
20	Piece goods	6.92	6.27	6.91	5.48	6.03	6.07	6.51
21	Linens and domestics	4.47	3.22	6.98	5.62	5.43	5.27	4.56
22	Smallwares and notions	4.11	3.27	5.36	4.53	5.57	6.67	6.43
23	China and glassware	10.89	7.75	8.72	8.26	8.20	7.77	7.42
24	Floor coverings	6.55	4.50	4.67	4.00	4.38	4.62	4.78
25	Draperies, curtains and furniture coverings	7.78	5.30	6.49	4.85	4.73	4.60	3.94
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7.39	4.82	7.30	6.05	6.01	7.02	6.03
27	Furniture	5.42	3.35	5.15	4.17	5.09	4.30	3.07
28	Major appliances	1.92	1.52	2.42	1.88	1.98	1.66	1.06
29	Television, radio and music	4.29	3.56	4.67	4.14	4.67	4.67	4.42
30	Housewares and small electrical appliances	5.63	4.58	4.74	5.31	5.02	4.45	4.22
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	5.18	4.55	5.73	5.48	4.68	4.12	3.80
32	Plumbing, heating and building materials	5.30	5.00	4.98	3.33	3.30	2.88	2.68
33	Jewellery	11.68	9.81	9.26	7.10	6.80	5.83	5.48
34	Toys and games	10.64	9.30	8.61	6.89	5.81	6.29	5.46
35	Sporting goods and luggage	5.34	4.42	7.00	5.63	5.56	4.83	3.76
36	Stationery, books and magazines	4.92	3.89	4.42	4.24	4.61	4.48	4.39
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	2.84	2.97	3.75	2.60	2.73	2.85	2.17
38	Meals and lunches	0.08	0.13	0.13	0.09	0.13	0.10	0.10
39	Repairs and services	0.83	0.81	0.89	0.74	0.91	0.94	0.73
40	All other departments	3.02	2.42	3.22	3.07	2.75	2.37	2.46
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.37	3.51	4.35	3.75	3.88	3.62	3.15

TABLEAU 10. Rapports mensuels stocks-ventes, des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1981						Rayon	No
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
2.54	2.63	2.51	3.78	2.92	2.00	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-formes pour dames et jeunes filles	1
9.02	4.05	3.35	2.94	2.82	1.48	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
2.75	2.57	1.89	2.88	2.61	1.41	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
13.51	9.28	8.25	7.37	5.55	3.14	Fourrures	4
4.39	3.27	2.80	3.79	3.02	1.86	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4.41	2.30	2.50	3.58	2.67	1.38	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
2.87	3.53	2.87	4.04	2.87	0.95	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3.35	3.41	2.71	4.47	3.92	2.44	Sous-vêtements	8
1.25	1.18	0.90	1.05	1.05	0.81	Chapeaux	9
3.72	3.63	2.01	2.45	2.49	1.33	Bas pour dames et fillettes	10
4.58	4.10	2.50	3.76	2.74	1.05	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
5.18	4.19	2.96	3.78	3.71	3.00	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
6.10	6.17	3.94	5.16	3.99	2.42	Vêtements pour hommes	13
4.61	5.11	3.92	5.05	2.99	1.06	Articles d'habillement pour hommes	14
6.59	2.51	3.46	4.98	3.40	1.53	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
6.73	5.74	4.17	5.68	4.81	3.24	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.67	0.46	0.56	0.67	0.63	0.33	Produits alimentaires et connexes	17
3.76	3.57	3.45	4.83	4.13	1.51	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
3.84	3.71	3.83	5.66	3.65	1.39	Appareils et fournitures photographiques	19
8.21	6.48	4.74	5.50	5.16	6.75	Tissus à la pièce	20
4.06	4.48	3.68	5.20	5.14	3.02	Literie et linge de maison	21
6.27	5.66	3.74	4.11	3.88	3.38	Menus articles	22
7.60	8.67	6.72	8.70	5.40	2.95	Porcelaine et verrerie	23
5.07	5.61	4.42	4.63	4.26	5.35	Revêtements de plancher	24
4.25	4.80	4.12	5.05	4.81	4.27	Tentures, rideaux et housses	25
5.84	6.50	5.37	6.78	4.33	2.12	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
4.44	5.45	4.25	5.74	5.17	5.57	Meubles	27
1.57	1.84	1.62	2.08	2.25	1.87	Gros appareils ménagers	28
3.98	3.92	3.37	4.30	3.28	1.83	Télévision, radio et musique	29
4.34	4.42	4.41	4.85	3.92	1.66	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
5.55	5.93	5.01	6.37	5.30	3.26	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
3.40	3.51	3.02	3.48	3.50	3.64	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
6.88	6.49	4.64	7.46	4.21	1.60	Bijouterie	33
5.34	6.88	7.88	6.66	2.35	0.72	Jouets et jeux	34
4.32	5.02	5.66	8.03	5.37	2.30	Articles de sport et valises	35
5.21	3.27	3.28	4.97	3.15	1.23	Papeterie, livres et revues	36
2.64	2.77	2.54	2.77	2.45	2.06	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
0.06	0.06	0.06	0.07	0.06	0.04	Repas et casse-croûtes	38
1.00	0.96	0.80	0.82	0.61	0.46	Services et travaux de réparation	39
3.04	2.98	2.90	3.26	3.09	1.66	Tous autres rayons	40
3.84	3.71	3.21	4.14	3.28	1.82	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

TABLE 11. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982

		1982	1981					
Department		January	January	February	March	April	May	June
		Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.								
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.18	0.27	0.28	0.32	0.36	0.40	0.43
2	Women's and misses' coats and suits	0.33	0.34	0.35	0.41	0.38	0.24	0.18
3	Women's and misses' sportswear	0.26	0.32	0.31	0.38	0.38	0.38	0.41
4	Furs	0.21	0.22	0.12	0.08	0.03	0.05	0.03
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	0.24	0.28	0.28	0.32	0.34	0.27	0.30
6	Girls' and teenage girls' wear	0.21	0.30	0.32	0.39	0.36	0.30	0.34
7	Lingerie and women's sleepwear	0.22	0.29	0.28	0.30	0.31	0.32	0.34
8	Intimate apparel	0.21	0.27	0.23	0.32	0.34	0.31	0.33
9	Millinery	0.56	0.57	0.57	0.70	0.96	0.60	0.62
10	Women's and girls' hosiery	0.36	0.35	0.30	0.36	0.37	0.32	0.32
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.23	0.22	0.20	0.24	0.25	0.24	0.25
12	Women's, misses' and children's footwear	0.14	0.18	0.17	0.24	0.25	0.23	0.23
13	Men's clothing	0.16	0.18	0.17	0.21	0.21	0.19	0.23
14	Men's furnishings	0.19	0.21	0.17	0.21	0.21	0.20	0.31
15	Boys' clothing and furnishings	0.17	0.20	0.17	0.23	0.29	0.25	0.25
16	Men's and boys' footwear	0.13	0.16	0.15	0.19	0.21	0.18	0.19
17	Food and kindred products	1.50	1.42	1.76	1.46	1.66	1.67	1.46
18	Toiletries, cosmetics and drugs	0.21	0.26	0.24	0.27	0.27	0.27	0.27
19	Photographic equipment and supplies	0.18	0.22	0.18	0.22	0.23	0.22	0.29
20	Piece goods	0.13	0.15	0.15	0.18	0.17	0.16	0.15
21	Linens and domestics	0.21	0.28	0.16	0.18	0.20	0.19	0.21
22	Smallwares and notions	0.22	0.28	0.21	0.21	0.20	0.15	0.15
23	China and glassware	0.08	0.11	0.11	0.13	0.13	0.13	0.13
24	Floor coverings	0.14	0.21	0.22	0.25	0.24	0.22	0.21
25	Draperies, curtains and furniture coverings	0.13	0.18	0.16	0.21	0.22	0.22	0.24
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.14	0.21	0.15	0.17	0.17	0.15	0.15
27	Furniture	0.17	0.27	0.19	0.25	0.22	0.23	0.30
28	Major appliances	0.47	0.62	0.44	0.53	0.53	0.57	0.86
29	Television, radio and music	0.22	0.26	0.21	0.25	0.23	0.21	0.22
30	Housewares and small electrical appliances	0.18	0.22	0.22	0.19	0.22	0.22	0.23
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.18	0.21	0.19	0.19	0.23	0.25	0.24
32	Plumbing, heating and building materials	0.19	0.21	0.20	0.27	0.34	0.34	0.34
33	Jewellery	0.09	0.10	0.11	0.14	0.16	0.17	0.17
34	Toys and games	0.11	0.13	0.12	0.14	0.19	0.15	0.17
35	Sporting goods and luggage	0.17	0.21	0.15	0.19	0.20	0.21	0.25
36	Stationery, books and magazines	0.22	0.27	0.23	0.24	0.24	0.22	0.23
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.35	0.33	0.29	0.36	0.41	0.36	0.40
38	Meals and lunches	12.92	7.26	7.40	10.06	9.42	8.85	9.52
39	Repairs and services	1.31	1.24	1.09	1.36	1.21	1.09	1.24
40	All other departments	0.29	0.40	0.35	0.34	0.40	0.43	0.38
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.22	0.27	0.23	0.27	0.28	0.27	0.29

TABLEAU 11. Rapports mensuels ventes-stocks, des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1981						Rayon	No
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
0.41	0.37	0.41	0.31	0.32	0.46	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
0.15	0.25	0.30	0.36	0.32	0.50	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.38	0.40	0.52	0.39	0.37	0.59	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
0.07	0.11	0.13	0.15	0.17	0.30	Fourrures	4
0.26	0.29	0.34	0.31	0.30	0.50	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.27	0.42	0.37	0.32	0.34	0.61	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.36	0.29	0.35	0.30	0.35	0.79	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.31	0.29	0.34	0.27	0.25	0.38	Sous-vêtements	8
0.82	0.82	1.24	1.20	1.13	1.22	Chapeaux	9
0.27	0.29	0.44	0.45	0.40	0.66	Bas pour dames et fillettes	10
0.22	0.24	0.38	0.32	0.35	0.73	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.19	0.24	0.32	0.29	0.26	0.33	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.18	0.18	0.23	0.22	0.24	0.38	Vêtements pour hommes	13
0.23	0.20	0.25	0.23	0.31	0.73	Articles d'habillement pour hommes	14
0.18	0.34	0.29	0.24	0.26	0.55	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.15	0.17	0.23	0.20	0.19	0.29	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.46	1.92	1.81	1.73	1.67	2.27	Produits alimentaires et connexes	17
0.27	0.27	0.29	0.25	0.24	0.56	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
0.28	0.27	0.25	0.21	0.25	0.61	Appareils et fournitures photographiques	19
0.12	0.15	0.20	0.20	0.19	0.15	Tissus à la pièce	20
0.25	0.22	0.26	0.22	0.19	0.32	Literie et linge de maison	21
0.16	0.17	0.26	0.26	0.24	0.31	Menus articles	22
0.13	0.12	0.14	0.13	0.19	0.35	Porcelaine et verrerie	23
0.20	0.18	0.21	0.24	0.22	0.20	Revêtements de plancher	24
0.25	0.20	0.23	0.22	0.20	0.23	Tentures, rideaux et housses	25
0.18	0.16	0.18	0.17	0.22	0.41	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.24	0.18	0.22	0.20	0.18	0.19	Meubles	27
0.69	0.54	0.59	0.55	0.44	0.52	Gros appareils ménagers	28
0.25	0.25	0.29	0.27	0.30	0.51	Télévision, radio et musique	29
0.23	0.23	0.22	0.23	0.26	0.52	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
0.20	0.17	0.18	0.19	0.17	0.28	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.32	0.28	0.30	0.33	0.27	0.28	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
0.15	0.15	0.21	0.16	0.23	0.54	Bijouterie	33
0.20	0.16	0.13	0.18	0.38	0.92	Jouets et jeux	34
0.23	0.19	0.18	0.15	0.17	0.39	Articles de sport et valises	35
0.20	0.29	0.30	0.23	0.30	0.69	Papeterie, livres et revues	36
0.42	0.36	0.36	0.44	0.38	0.45	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
11.87	16.76	16.46	15.42	15.93	22.61	Repas et casse-croûtes	38
1.15	0.99	1.21	1.34	1.52	1.87	Services et travaux de réparation	39
0.34	0.33	0.33	0.35	0.30	0.59	Tous autres rayons	40
0.27	0.26	0.29	0.27	0.29	0.49	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 12. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, (1) Unadjusted, Canada, 1980-1982

TABLEAU 12. Montants à recevoir(1), non ajustés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982

Month	1980	1981	1982	Change from previous month	Change 1982/1981
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1982/1981
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,510,848	1,554,350	1,624,945	- 9.1	+ 4.5
February - Février	1,453,884	1,488,706			
March - Mars	1,388,475	1,476,287			
April - Avril	1,397,066	1,483,717			
May - Mai	1,381,243	1,493,281			
June - Juin	1,359,373	1,501,535			
July - Juillet	1,341,270	1,523,351			
August - Août	1,346,822	1,512,048			
September - Septembre	1,401,404	1,537,138			
October - Octobre	1,434,563	1,550,904			
November - Novembre	1,490,778	1,622,633			
December - Décembre	1,658,191	1,788,145			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 13. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, (1) Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982

TABLEAU 13. Montants à recevoir(1), désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982

Month	1980	1981	1982	Change from previous month	Change 1982/1981
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1982/1981
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,420.3	1,460.9	1,526.9	- 2.3	+ 4.5
February - Février	1,438.8	1,473.5			
March - Mars	1,408.9	1,497.4			
April - Avril	1,424.7	1,513.4			
May - Mai	1,417.5	1,533.0			
June - Juin	1,420.8	1,569.5			
July - Juillet	1,425.6	1,619.4			
August - Août	1,430.0	1,605.8			
September - Septembre	1,440.8	1,580.4			
October - Octobre	1,442.6	1,559.5			
November - Novembre	1,441.4	1,568.7			
December - Décembre	1,448.9	1,562.1			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Department Store Sales and
Stocks MCD and Combined
Seasonal and Trading Day
Factors

Ventes et stocks des grands magasins
MDC et coefficients combinés de
corrections des variations saisonnières
et des jours commerciaux

TABLE 14. Department Store Sales, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1981 and 1982

Department		1981						
		MCD	March	April	May	June	July	August
		MDC	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	85.40	106.34	134.47	116.48	94.78	93.75
2	Women's and misses' coats and suits	5	107.78	102.44	56.21	40.39	48.20	106.23
3	Women's and misses' sportswear	3	85.21	95.37	113.15	97.96	97.70	97.57
4	Furs	12	58.90	29.43	18.63	14.62	54.11	106.21
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	86.89	96.08	95.79	84.52	87.97	106.88
6	Girls' and teenage girls' wear	4	90.84	96.53	93.94	88.18	80.15	137.96
7	Lingerie and women's sleepwear	3	71.81	82.62	99.29	89.84	86.39	75.35
8	Intimate apparel	4	89.97	105.44	110.05	109.94	102.49	96.72
9	Millinery	12	55.19	72.09	69.64	62.65	66.30	63.57
10	Women's and girls' hosiery	3	89.20	103.80	99.72	84.14	71.09	85.23
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	73.88	85.78	93.01	81.75	70.29	75.82
12	Women's, misses' and children's footwear	6	86.11	106.71	107.00	92.45	74.72	97.57
13	Men's clothing	4	91.04	92.51	87.27	95.78	71.08	82.93
14	Men's furnishings	5	68.66	76.10	81.19	102.33	76.17	75.56
15	Boys' clothing and furnishings	6	83.33	92.81	87.63	81.31	77.57	141.69
16	Men's and boys' footwear	5	81.28	108.86	101.61	102.48	85.42	90.20
17	Food and kindred products	7	95.77	102.24	103.56	88.92	90.36	98.35
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	83.52	89.96	92.47	87.78	87.38	87.30
19	Photographic equipment and supplies	4	73.77	81.09	86.43	96.48	102.37	97.86
20	Piece goods	6	105.20	106.93	110.15	92.13	76.99	91.83
21	Linens and domestics	3	75.80	83.20	90.86	92.70	109.45	96.70
22	Smallwares and notions	4	91.56	93.68	81.40	77.17	84.19	84.48
23	China and glassware	4	69.62	77.21	88.99	79.65	84.19	83.56
24	Floor coverings	7	94.21	97.35	101.08	94.52	100.01	93.01
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	90.07	106.84	104.70	103.51	108.13	94.24
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	81.04	91.42	82.23	79.97	85.42	88.05
27	Furniture	4	89.20	92.83	104.49	98.98	117.43	100.92
28	Major appliances	4	88.23	86.50	104.98	99.14	122.75	103.67
29	Television, radio and music	4	82.17	77.75	74.88	70.60	85.30	90.87
30	Housewares and small electrical appliances	2	73.15	85.73	97.14	88.05	97.34	91.62
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4	81.81	105.65	122.71	112.61	94.87	90.36
32	Plumbing, heating and building materials	7	84.97	107.05	128.25	123.85	115.27	87.86
33	Jewellery	3	68.95	79.53	88.48	84.67	75.89	77.57
34	Toys and games	4	48.62	65.66	61.96	58.86	65.46	59.60
35	Sporting goods and luggage	3	68.26	99.16	113.56	125.63	110.17	85.30
36	Stationery, books and magazines	4	73.87	78.73	81.82	80.72	76.78	105.42
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	86.62	105.80	101.89	100.17	100.89	89.41
38	Meals and lunches	3	92.48	94.22	95.52	95.46	97.99	101.32
39	Repairs and services	8	87.34	87.54	95.68	100.53	89.40	89.47
40	All other departments	4	85.35	105.92	142.93	114.11	95.92	92.05
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2	82.61	91.67	98.21	92.45	90.16	93.02

TABLEAU 14. Ventes des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1981 et 1982

1981		1982				Rayon	N°
Septembre	October	November	December	January	February		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février		
102.52	97.92	102.40	139.32	57.82	65.14	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-formes pour dames et jeunes filles	1
132.35	161.38	147.79	152.85	74.99	68.47	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
124.13	106.97	112.13	150.30	60.83	63.91	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
111.76	116.00	179.76	214.43	187.44	105.46	Fourrures	4
114.10	114.75	114.72	156.77	71.61	66.73	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
116.71	105.46	115.93	157.64	50.68	59.05	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
91.11	96.22	136.08	253.90	54.15	57.48	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
105.46	91.85	95.59	140.84	78.44	70.20	Sous-vêtements	8
91.95	147.42	198.84	229.08	82.21	55.27	Chapeaux	9
114.75	116.91	113.00	162.35	81.47	73.80	Bas pour dames et fillettes	10
104.46	105.57	146.62	243.92	58.63	57.11	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
126.16	124.67	131.21	133.12	61.17	54.32	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
110.45	116.40	138.02	186.14	63.60	59.16	Vêtements pour hommes	13
91.92	96.62	148.64	265.77	58.35	54.76	Articles d'habillement pour hommes	14
106.24	107.43	118.58	187.57	55.58	53.63	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
113.89	113.45	119.44	157.92	61.78	59.70	Chaussures pour hommes et garçons	16
99.79	100.66	110.77	139.20	83.50	92.67	Produits alimentaires et connexes	17
98.07	97.37	112.24	218.94	76.52	75.13	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
90.79	88.57	110.22	237.98	72.02	59.62	Appareils et fournitures photographiques	19
114.61	119.24	112.77	95.36	85.37	84.65	Tissus à la pièce	20
111.86	103.09	107.23	160.10	104.42	62.21	Literie et linge de maison	21
114.39	115.23	116.34	149.34	107.37	83.06	Menus articles	22
94.95	85.52	136.87	271.68	67.28	58.40	Porcelaine et verrerie	23
109.52	124.43	120.28	97.68	84.69	79.68	Revêtements de plancher	24
106.12	111.99	107.93	117.26	77.57	68.71	Tentures, rideaux et housses	25
97.53	102.44	133.57	213.51	73.68	68.75	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
107.55	104.21	100.05	97.13	107.91	75.09	Meubles	27
112.68	106.21	99.14	106.75	99.04	69.04	Gros appareils ménagers	28
113.10	107.34	128.39	210.15	88.76	69.30	Télévision, radio et musique	29
92.56	94.21	118.49	220.17	68.04	70.15	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
96.08	112.58	103.93	141.22	68.63	65.87	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
110.61	110.11	92.10	95.74	75.01	68.81	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
91.89	84.95	136.87	308.48	47.27	53.48	Bijouterie	33
59.50	104.50	223.41	373.27	34.34	37.22	Jouets et jeux	34
80.60	85.16	107.26	190.16	72.91	56.64	Articles de sport et valises	35
105.36	89.97	127.76	229.43	75.58	68.99	Papeterie, livres et revues	36
91.97	120.62	122.28	137.15	74.18	68.19	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
96.11	104.36	109.67	144.38	85.47	79.65	Repas et casse-croûtes	38
99.97	117.24	131.45	134.39	86.04	76.98	Services et travaux de réparation	39
80.93	95.32	91.39	152.20	70.84	67.26	Tous autres rayons	40
102.37	105.23	119.88	178.92	74.67	67.00	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 15. Department Store Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1981 and 1982

No.	Department	1981						
		MCD	March	April	May	June	July	August
		MDC	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4	105.67	119.88	111.18	84.22	92.36	91.01
2	Women's and misses' coats and suits	4	88.63	78.71	69.99	70.14	126.50	134.18
3	Women's and misses' sportswear	3	101.51	118.35	115.04	93.49	103.66	101.26
4	Furs	5	73.92	81.04	81.87	80.06	98.91	118.95
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	4	90.72	107.22	104.27	90.31	122.76	107.32
6	Girls' and teenage girls' wear	3	94.64	111.70	108.47	91.62	121.60	109.78
7	Lingerie and women's sleepwear	4	96.07	109.53	110.46	89.88	95.88	99.68
8	Intimate apparel	3	94.15	100.88	106.65	90.45	95.94	100.78
9	Millinery
10	Women's and girls' hosiery	4	96.69	105.64	109.25	92.46	105.06	112.53
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	90.75	107.77	102.94	85.62	93.72	98.34
12	Women's, misses' and children's footwear	3	99.85	111.13	107.35	93.94	108.74	111.14
13	Men's clothing	3	92.23	101.85	100.45	83.47	98.69	116.57
14	Men's furnishings	4	91.33	106.75	109.49	88.35	101.05	102.73
15	Boys' clothing and furnishings	4	85.90	102.67	97.48	88.94	122.71	100.11
16	Men's and boys' footwear	4	99.63	109.88	110.16	92.93	100.18	106.32
17	Food and kindred products
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	91.03	104.12	106.22	94.47	96.11	90.05
19	Photographic equipment and supplies	4	87.84	101.86	106.37	87.36	96.44	88.68
20	Piece goods	4	104.64	106.84	108.89	97.06	99.44	104.85
21	Linens and domestics	3	96.70	111.85	114.07	103.83	96.97	93.97
22	Smallwares and notions	4	91.95	106.42	117.54	106.84	109.97	102.79
23	China and glassware	3	91.61	100.98	104.64	93.76	99.52	100.59
24	Floor coverings	4	95.02	101.66	105.56	101.14	99.12	102.58
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	98.86	105.29	109.96	97.91	99.65	97.58
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	99.82	103.32	110.24	99.39	103.24	102.67
27	Furniture	2	99.35	111.68	111.26	101.67	100.28	91.62
28	Major appliances	4	102.31	108.81	107.21	96.22	95.03	84.30
29	Television, radio and music	3	98.51	109.63	106.12	96.61	95.26	93.79
30	Housewares and small electrical appliances	3	97.58	111.39	110.28	98.74	98.66	98.46
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	3	96.76	106.19	108.01	94.31	95.35	98.50
34	Toys and games	4	83.86	94.43	93.17	80.28	85.31	106.12
35	Sporting goods and luggage	3	97.01	111.49	117.25	95.09	98.05	96.48
36	Stationery, books and magazines	4	87.80	97.50	108.33	95.95	104.41	106.78
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies
38	Meals and lunches
39	Repairs and services
40	All other departments
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2	95.75	106.31	107.68	93.48	101.55	100.17

TABLEAU 15. Stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1981 et 1982

1981		1982				Rayon	N°
september	October	November	December	January	February		
septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février		
84.91	113.21	114.83	90.55	90.35	100.88	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
133.68	144.11	116.83	74.12	75.53	87.43	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
87.86	109.81	115.07	77.26	82.69	92.90	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
118.61	134.21	127.72	104.86	98.25	85.89	Fourrures	4
96.82	115.53	108.15	86.88	84.01	85.97	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
98.15	116.01	114.30	70.34	75.39	90.00	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
95.33	131.78	133.50	75.77	76.23	83.40	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
86.21	107.95	117.33	100.45	102.08	96.59	Sous-vêtements	8
...	Chapeaux	9
98.87	107.23	106.29	85.09	91.15	89.27	Bas pour dames et fillettes	10
93.15	131.00	137.97	83.24	85.25	89.06	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
96.45	108.10	98.29	87.84	85.79	90.38	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
100.82	124.92	118.18	90.35	78.97	91.54	Vêtements pour hommes	13
98.97	132.06	121.97	75.11	85.05	86.90	Articles d'habillement pour hommes	14
98.86	128.11	121.97	79.70	85.95	95.87	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
96.33	123.87	106.93	85.86	80.99	85.07	Chaussures pour hommes et garçons	16
...	Produits alimentaires et connexes	17
86.92	125.51	135.24	87.15	98.23	84.69	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
85.26	136.75	129.79	93.38	98.43	87.70	Appareils et fournitures photographiques	19
91.99	103.97	98.35	95.23	91.78	96.98	Tissus à la pièce	20
82.04	104.63	106.84	98.25	91.31	97.88	Literie et linge de maison	21
89.61	100.08	96.50	99.89	89.42	88.10	Menus articles	22
91.05	113.66	117.70	106.36	90.18	88.36	Porcelaine et verrerie	23
86.10	101.66	94.58	110.36	103.08	97.67	Revêtements de plancher	24
87.04	103.54	101.03	102.40	95.55	100.29	Tentures, rideaux et housses	25
92.62	116.26	113.05	82.01	85.97	91.00	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
81.90	98.65	98.58	111.80	93.80	96.92	Meubles	27
78.02	99.13	105.40	113.60	102.30	105.72	Gros appareils ménagers	28
85.63	108.91	117.35	104.55	92.83	90.23	Télévision, radio et musique	29
90.51	111.03	114.84	85.76	89.00	92.59	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
...	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
...	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
88.10	117.12	125.69	89.53	87.81	91.56	Bijouterie	33
129.84	178.79	133.45	53.75	83.99	76.98	Jouets et jeux	34
100.39	127.06	114.28	85.47	74.40	81.77	Articles de sport et valises	35
97.25	126.38	122.22	78.49	88.12	84.76	Papeterie, livres et revues	36
...	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
...	Repas et casse-croûtes	38
...	Services et travaux de réparation	39
...	Tous autres rayons	40
93.45	117.89	113.86	89.58	89.21	90.11	TOTAL, TOUS RAYONS	41

LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland
Bowring Bros. Ltd., 281 Water St., St. John's, Newfoundland
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 190 Yonge St., Toronto, Ontario
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario
K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., Lloydminster, Saskatchewan
Ogilvy, Charles, Ltd., 126 Rideau St., Ottawa, Ontario
Ogilvy's, Jas. A., Ltd., St. Catherine St. W., Montréal, Québec
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario
Robinson, The G.W., Co. Ltd., 18 James St., Hamilton, Ontario
Sentry Dep't. Stores Ltd., 110 Adelaide East, Toronto, Ontario
Simpson, The Robert, Co. Ltd., 176 Yonge St., Toronto, Ontario
Simpson Sears Ltd., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
Smith's & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario
Steinberg Inc., Department Store Division, Montréal, Québec
Towers Department Stores Ltd., 110 Orfus Rd., Toronto, Ontario
Woodward Stores (Alta.) Ltd., Edmonton, Alberta
Woodward Stores (B.C.) Ltd., Vancouver, British Columbia
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., Weston, Ontario
Zeller's Ltd., 5250 Decarie Blvd., Montréal, Québec

DEPARTMENT STORE COMMODITY REFERENCE LIST

Department

1. Women's and Misses' Dresses, Housedresses, Aprons and Uniforms

Dresses of all types, including half-sizes and maternity dresses, aprons, housedresses and uniforms - juniors', misses' and women's. Evening gowns and wraps.

2. Women's and Misses' Coats and Suits

Coats: cloth including fur trimmed, car coats, raincoats, and imitation fur coats - juniors', misses' and women's.
Suits: ready-made and made-to-measure - juniors', misses' and women's.

3. Women's and Misses' Sportswear

Blouses and sport shirts: sweaters, pullovers, jackets and cardigans; sports apparel, ski clothing, play clothes, bathing suits and knitwear; slacks, jumpers, skirts and parkas.

4. Furs

Fur coats, jackets, neckpieces, caps, hats and muffs.

5. Infants' and Children's Wear and Nursery Equipment

Infants' and Children's Wear: all infants' and children's apparel up to approximately size 6X, including infants' accessories.
Infants' Bath Equipment and Toiletries
Other Infants' Department Goods: such as garment hangers, harness, play pens, toys, rattles, extension gates, auto seats, walkers, etc.
Infants' Prams, Carriages and Strollers: including pram bedding and accessories.
Infants' furniture: chairs, commodes, cribs, beds, bedding and bedding accessories

6. Girls' and Teenage Girls' Wear

All girls' and teenage girls' apparel, including dresses, coats, suits, skirts, girl guide uniforms, school uniforms, play clothes, underwear, hats, caps, stockings, etc.

7. Lingerie and Women's Sleepwear

Including slips, pants, panties, dusters, night-gowns, pyjamas, negligees, bathrobes, dressing gowns and bed jackets.

8. Intimate Apparel

Including corsets, girdles, garter belts and brasieres.

9. Millinery

Including hats, berets, hat trimmings and hair pieces

10. Women's and Girls' Hosiery

Including anklets, nurses' hosiery, tights, leotards, etc.

11. Women's and Girls' Gloves, Mitts and Accessories

Including gloves, mitts, scarves, shawls, blouses, bandannas, belts, boutonnieres, corsages, collar and cuff sets, collars, dress and coat ornaments, handkerchiefs, purses, small leather goods and umbrellas.

RÉPERTOIRE DES MARCHANDISES DES GRANDS MAGASINS

Rayon

1. Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles

Robes de tous genres, y compris les demi-grandeurs et robes pour grossesse, tabliers, robes de ménage et uniformes - pour fillettes, jeunes filles et dames. Robes et manteaux du soir.

2. Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles

Manteaux: de drap, y compris ceux qui sont garnis de fourrure, manteaux d'auto, imperméables et manteaux imitation fourrure - pour fillettes, jeunes filles et dames.
Tailleurs: prêts à porter et faits sur mesure - pour fillettes, jeunes filles et dames.

3. Vêtements sport pour dames et jeunes filles

Blouses et chemisiers, chandails, pull-overs, vestes et cardigans, vêtements de sport, vêtements de ski, vêtements de jeu, maillots de bain et tricotés, pantalons, jumpers, jupes et canadiennes.

4. Fourrures

Manteaux de fourrure, vestes, parures de cou, bonnets, chapeaux et mufles.

5. Vêtements pour bébés et enfants et articles pour chambres d'enfants

Vêtements pour bébés et enfants: tous articles d'habillement pour bébés et enfants jusqu'à la taille 6X, y compris les accessoires pour bébés.
Articles pour le bain et la toilette des bébés
Autres articles du rayon pour bébés: tels que cintres, sangles, parcs, jouets, hochets, barrières extensibles, sièges d'auto, marchettes, etc.
Voitures et poussettes: y compris literie et accessoires pour voitures d'enfants.
Mobilier pour enfants: chaises, commodes, berceaux, lits, literie et accessoires de literie.

6. Vêtements pour fillettes et adolescentes

Tous articles d'habillement pour fillettes et adolescentes, y compris robes, manteaux, tailleurs, jupes, uniformes de scout, uniformes d'écolière, vêtements de jeu, sous-vêtements, chapeaux, bonnets, bas, etc.

7. Lingerie et vêtements de nuit pour dames

Y compris jupons-combinaisons, culottes, caleçons, peignoirs, chemises de nuit, pyjamas, déshabillés, sorties de bain, robes de chambre et liseuses.

8. Sous-vêtements

Y compris corsets, gaines, porte-jarretelles et soutiens-gorge.

9. Chapeaux

Y compris chapeaux, bérets, garnitures de chapeau et postiches.

10. Bas pour dames et jeunes filles

Y compris socquettes, bas d'infirmières, collants, léotards, etc.

11. Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes

Y compris gants, moufles, écharpes, châles, blouses sans manches, foulards, ceintures, boutonnieres, bouquets, ensembles de collets et poignets, collets, parures de manteaux et de robes, mouchoirs, sacs à main, petits articles en cuir et parapluies.

DEPARTMENT STORE COMMODITY REFERENCE LIST - Continued

Department - Continued

12. Women's, Misses' and Children's Footwear

Include all footwear for women, misses and children.

13. Men's Clothing

Including coats, suits, trousers and jackets.

14. Men's Furnishings

Including shirts (dress, work, sport and regular), sweaters, vests, smocks, windbreakers, parkas, overalls, work trousers, slacks, underwear, dressing gowns, bath robes, pyjamas, hosiery, ties, collars, handkerchiefs, scarves, gloves, mitts, ear muffs, hats, caps, garters, suspenders, belts, jewellery, umbrellas and canes.

15. Boys' Clothing and Furnishings

Include commodities as in Departments 13 and 14 sold in boys' wear department as well as boy scout and school uniforms.

16. Men's and Boys' Footwear

Include all footwear for men and boys.

17. Food and Kindred Products

Including groceries, meats, provisions, fruits, vegetables, candy, pastry, bakery products and delicatessen goods.
Restaurants, coffee shops or lunch counters are not included here but in department 38.

18. Toiletries, Cosmetics and Drugs

Toiletries: toilet goods and toilet preparations.
Cosmetics: perfumes, lotions, hair goods and preparations, hand and facial beautification preparations and supplies, etc.
Patent medicines and drug preparations and sundries.
Prescriptions
Medical Supplies, including sick room equipment and supplies, bandages, etc.
Health Appliances and equipment, including supporters and health lamps.
Medical, Surgical and Therapeutic Goods
Shavers and shaving supplies.

19. Photographic Equipment and Supplies

Movie and still cameras and camera accessories; photo developing, printing and enlarging equipment and supplies; projection equipment and supplies; flash bulbs and lamps; films, reels, albums and photofinishing service; telescopes and binoculars.

20. Piece Goods

Yard goods of silk, woolen, cotton, rayon, velvet and linen; synthetics, patterns.

21. Linens and Domestics

Linens (table and fancy), quilted pads and silence cloths, dresser and buffet scarfs, towels and towelling, sheets and sheeting, pillow cases, mattress covers, blankets including electric, comforters, spreads, wash cloths, travelling robes, etc.

RÉPERTOIRE DES MARCHANDISES DES GRANDS MAGASINS - suite

Rayon - suite

12. Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants

Comprend toutes les chaussures pour dames, jeunes filles et enfants.

13. Vêtements pour hommes

Y compris manteaux, complets, pantalons et vestes.

14. Articles d'habillement pour hommes

Y compris chemises (de soirée, de travail, sport et de ville), chandails, gilets, sarraux, blousons, canadiennes, salopettes, pantalons de travail, sous-vêtements, robes de chambre, sorties de bain, pyjamas, chaussettes, cravates, cols, mouchoirs, écharpes, gants, moufles, cache-oreilles, chapeaux, casquettes, jarretières, bretelles, ceintures, bijouterie, parapluies et cannes.

15. Vêtements et articles d'habillement pour garçons

Comprend les articles mentionnés aux postes 13 et 14, en vente au rayon des vêtements pour garçons, de même que les uniformes de scout et d'écolier.

16. Chaussures pour hommes et garçons

Comprend toutes chaussures pour hommes et garçons.

17. Produits alimentaires et connexes

Y compris articles d'épicerie, viandes, conserves, fruits, légumes, bonbons, pâtisseries, produits de boulangerie et de charcuterie. Les restaurants et casse-croûte ne sont pas inclus ici, mais au poste 38.

18. Articles de toilette, cosmétiques et médicaments

Articles de toilette: produits et préparations pour la toilette
Cosmétiques: parfums, lotions, produits pour la coiffure et préparations capillaires, préparations et produits de beauté pour les mains et le visage.
Médicaments brevetés, préparations pharmaceutiques et articles divers.
Ordonnances
Fournitures médicales, y compris matériel et fourniture pour chambre de malades, pansements, etc.
Appareils et matériel de santé, y compris supports et lampes-soleil.
Produits médicaux, chirurgicaux et thérapeutiques
Rasoirs et articles pour la barbe

19. Appareils et fournitures photographiques

Appareils photographiques et caméras, et accessoires matériel et fournitures pour le développement, le tirage et l'agrandissement; matériel et fournitures pour la projection; ampoules et lampes éclair; pellicules, bobines, albums et service de développement de films, télescopes et jumelles.

20. Tissus à la pièce

Marchandises à la verge: soie, lainage, coton, rayonne, velours et toile; tissus synthétiques; patrons.

21. Literie et linge de maison

Toiles (de table et de fantaisie), molletons sous-nappe, parures de commodes et de buffets, serviettes et tissus d'éponge, draps et toile pour draps, taies d'oreiller, couvre-matelas, couvertures y compris couvertures chauffantes électriques, édredons, couvre-lits, linge de toilette, couvertures de voyage, etc.

DEPARTMENT STORE COMMODITY REFERENCE LIST - Continued

Department - Continued

22. Smallwares and Notions

Smallwares: include all items such as laces, trimmings, edgings, fringes, embroidery supplies, ribbon, artificial flowers, art needlework and embroidery and knitting goods.

Notions: include bags, dressmakers' supplies, hair goods, sewing supplies, garment attachments, closet accessories, and other related miscellaneous commodities.

23. China and Glassware

China and Pottery Tableware: dinner sets, tea sets, breakfast sets; individual, odd or group pieces of china and pottery tableware.

China and Pottery Artware and Ornaments: wall, table and mantel ornaments of china and pottery. Glassware: beverage sets, goblets, tumblers, bowls, dishes, etc.; heat-resistant glassware.

24. Floor Coverings

Including rugs, mats, carpets, hard floor covering, door mats, runners, stair treads, stair nosing, carpet binding and rug underpadding.

25. Draperies, Curtains and Furniture Coverings

Draperies and Curtains: including draperies and curtains ready-made and by the yard and accessories, also includes blinds, and venetian blinds. Furniture Coverings: including slip covers, upholstering fabrics and supplies.

26. Lamps, Pictures, Mirrors and All Other Home Furnishings

Lamps: including floor, table, mantel, boudoir, desk, etc.

Pictures

Mirrors

27. Furniture

Including all living room, dining room, bedroom and kitchen furniture.

Beds, mattresses, springs and convertible beds.

Fireplace accessories.

Summer, garden and cottage furniture.

Office furniture.

28. Major Appliances

Including refrigerators, freezers, stoves, heaters - fireplace heaters, electric radiators and space heaters - washing machines, dryers, humidifiers, dehumidifiers, dishwashers, vacuum cleaners, floor polishers, sewing machines, air conditioners, etc.

29. Television, Radio and Music

Including television, hi-fi and radio sets and equipment, record players, records, tape recorders, pianos, organs, musical instruments and supplies, sheet music, music stands and instruction books.

RÉPERTOIRE DES MARCHANDISES DES GRANDS MAGASINS - suite

Rayon - suite

22. Menus articles

Menus articles: y compris tous les articles tels que dentelles, passementerie, galons, franges, fournitures pour la broderie, rubans, fleurs artificielles et articles pour fins travaux à l'aiguille, pour la broderie et pour le tricot.

Mercerie: y compris sacs, articles pour la couturière, accessoires pour les cheveux, accessoires de couture, attaches pour vêtements, articles de placard et diverses autres marchandises connexes.

23. Porcelaine et verrerie

Services de table en porcelaine et en céramique: services à diner, à thé, à déjeuner; pièces de porcelaine ou de céramique, individuelles, disparates, ou groupées.

Objets décoratifs et bibelots en porcelaine et céramique: ornements muraux, de table ou de cheminée, en porcelaine ou en céramique.

Verrerie: services de verres, verres à pied, verres, bols, récipients, etc.; verrerie culinaire à feu.

24. Revêtements de plancher

Y compris tapis, nattes, carpettes, prélatris, paillassons, chemins, couvre-marches et bordure de protection des marches, bordure de tapis et sous-tapis.

25. Tentures, rideaux, housses

Tentures et rideaux: y compris tentures et rideaux confectionnés et à la verge et accessoires, et stores vénitiens ou autres.

Housses: y compris housses, tissus et fournitures pour le rembourrage.

26. Lampes, tableaux, miroirs et tous autres articles d'ameublement.

Lampes: torchères et lampes de table, de cheminée, de chevet, de pupitre, etc.

Tableaux

Miroirs

27. Meubles

Y compris tous les meubles pour salle de séjour, salle à manger, chambre à coucher et cuisine.

Lits, matelas, sommiers et lits transformables.

Accessoires de cheminée.

Meubles d'été, de jardin et de chalet.

Meubles de bureau.

28. Gros appareils ménagers

Y compris réfrigérateurs, congélateurs, cuisinières, chauffeuses (chauffeuses de foyer, radiateurs électriques, poêles), machines à laver, sècheuses, humidificateurs, déshumidificateurs, laveuses à vaisselle, aspirateurs, polisseuses, machines à coudre, appareils de conditionnement de l'air, etc.

29. Télévision, radio et musique

Y compris téléviseurs, appareils et matériel de haute fidélité et de radio, phonographes, disques, magnétophones, pianos, orgues, instruments de musique et accessoires, musique en feuille, lutrins et manuels d'instruction.

DEPARTMENT STORE COMMODITY REFERENCE LIST - Continued

Department - Continued

30. Housewares and Small Electrical Appliances

Including kitchen utensils and supplies, kitchen gadgets, kitchen cutlery, percolators, kettles, cleaning supplies, mixing utensils, kitchen containers, laundry supplies, bathroom accessories and other miscellaneous housewares; electrical fixtures, bulbs, plugs and other electrical supplies and small appliances.

31. Hardware, Paints, Wallpaper, etc.

Including hand and power tools, attachments and supplies, garden tools, power lawnmowers, garden tractors, snowblowers, etc., home hardware, nuts, bolts, washers, rivets, caulking guns, jacks, measuring tapes, etc., paint, glass, wallpaper and supplies.

32. Plumbing, Heating and Building Materials

Including plumbing and heating fixtures and supplies, such as - faucets, tap adapters, bath plugs, seats, basins, toilets, chemical closets, basin and toilet accessories and supplies, hot water tanks, insulating jackets, kitchen sinks, thermostats, stovepipes and stovepipe collars, dampers, force cups, pumps and floor flanges. Building Materials: Roofing, siding, eavestroughing, awnings, et al "outside" materials and supplies; doors, windows, all carpentry and cabinetry; lumber, plywoods, flooring, millwork, wall and ceiling panels and tiles, boarding, framing et al.

33. Jewellery

Clocks and watches
Plated and Sterling Silverware - flatware, hollowware, carving sets, plates, dishes, trays, casseroles, candlesticks, tea sets, flower holders and vases, trophies.
Costume Jewellery
Fine Jewellery

34. Toys and Games

Small wheel goods (tricycles, kiddie cars, wagons, doll carriages, pedal cars); toy furniture, games and toys; dolls; miniature construction sets, etc.; electric trains, etc.

35. Sporting Goods and Luggage

Athletic and Sports Equipment: including sports goods and related sports apparel (baseball, hockey, basketball, rugby, soccer, lacrosse, boxing, handball, golf, riding, etc.); skiing and skating equipment; gymnasium equipment; sleds and tobaggans.
Hunting and Fishing Equipment: guns, ammunition, gun attachments and supplies; fishing rods, reels, attachments and supplies, hunting and fishing apparel; traps decoys, nets, knives, etc.
Camping Equipment and Supplies: tents, ground sheets, air mattresses, sleeping bags, haversacks, camp stoves, compasses, tent trailers.
Bicycles, Accessories and Supplies
Boats and Marine Accessories
Power Snow Sleds
Luggage and Leather Goods: including trunks, suitcases, duffle bags, hat boxes, travelling bags, briefcases, etc.

RÉPERTOIRE DES MARCHANDISES DES GRANDS MAGASINS - suite

Rayon - suite

30. Articles de ménage et petits appareils électriques

Y compris ustensiles et fournitures de cuisine, dispositifs de cuisine, coutellerie, percolateurs, bouilloires, fournitures de nettoyage, ustensiles mélangeurs, réceptacles, fournitures pour la lessive, accessoires de salle de bains et divers autres articles de ménage; appareils d'éclairage, ampoules, prises de courant et autres fournitures électriques, petits appareils électriques.

31. Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.

Y compris outils à main ou à moteur, accessoires, fournitures, outils de jardinage, tondeuses à moteurs, tracteurs de jardin, chasse-neige, etc., articles de quincaillerie pour la maison, écrous et boulons, rondelles, rivets, pistolets à calfeutrer, crics et vérins, mesures à ruban, etc., peinture, vitre, papier-tenture et fournitures.

32. Matériaux de plomberie, de chauffage et de construction

Y compris appareillage et fournitures de plomberie et de chauffage, tels que robinets, raccords, obturateurs de baignoire, sièges, lavabos, cabinets, cabinets chimiques, accessoires et fournitures pour lavabos et cabinets, chauffe-eau, enveloppes isolantes, évier de cuisine, thermostats, tuyaux de poêle et viroles-embases, soupapes de réglage, ventouses, pompes, brides de parquet. Matériaux de construction: matériaux pour toiture, parois, gouttières, auvents et tous autres matériaux et fournitures d'extérieur; portes, fenêtres, toute menuiserie et ébénisterie; bois d'oeuvre, contreplaqué, matériaux pour planchers, articles de menuiserie, panneaux pour murs ou plafonds, tuiles et carreaux, planches, charpentes et le reste.

33. Bijouterie

Horloges et montres
Argentierie (argent massif ou plaqué) - coutellerie, services à découper, assiettes, plats, cabarets, cocottes, chandeliers, services à thé, pots et vases à fleurs, trophées.
Bijouterie en faux
Bijouterie en fin

34. Jouets et jeux

Petits articles sur roues (tricycles, voitures, carrosses de poupées, voitures à pédales); meubles pour enfants, jeux et jouets; poupées; jeux de construction, etc.; trains électriques, etc.

35. Articles de sport et valises

Équipement d'athlétisme et de sport: y compris articles et vêtements de sport; (base-ball, hockey, ballon-panier, rugby, soccer, crosse, boxe, balle au mur, golf, équitation, etc.) équipement de ski et de patinage; équipement de gymnase; traîneaux et tobaggans.
Équipement de pêche et de chasse: armes à feu, munitions, accessoires et fournitures pour armes à feu; cannes, moulinets, accessoires et fournitures pour la pêche; vêtements pour la chasse et la pêche; piège, leurres, filets, couteaux, etc.
Équipement et fourniture de camping: tentes, tapis de sol, matelas pneumatiques, sacs de couchage, havresacs, poêles, compas, tentes-remorques.
Bicyclettes, accessoires et fournitures
Bateaux et accessoires
Autos-neige
Valises et articles en cuir: y compris les malles, valises, fourre-tout, boîtes à chapeaux, sacs de voyage, serviettes, etc.

DEPARTMENT STORE COMMODITY REFERENCE LIST - Concluded

Department - Concluded

5. Stationery, Books and Magazines

Including books, note pads, notepaper, envelopes, writing supplies (pens, pencils, ink, erasers); calendars, greeting cards, announcement cards, party supplies, decorations, gift wrapping material, artists' supplies, crayons, blackboards, school supplies, office equipment and supplies; philatelic supplies, albums, adult games, etc.

7. Gasoline, Oil, Auto Accessories, Repairs and Supplies

Including anti-freeze, batteries, fans, fender guards, fog lamps, frost shields, jacks, kick pads, mirrors, mufflers, tires, tubes, tire repair kits and materials, spark plugs and testers, radiators, piston rings, gasoline, oil, repairs; motorcycles, accessories and supplies.

8. Receipts from Meals and Lunches

Including receipts from restaurants, coffee shops, lunch counters and soda fountains.

9. Receipts from Repairs and Services

Including such repair and service departments as dressmaking and hosiery repairs, jewellery repair, shoe repair, fur repair and storage, radio repair, etc.; include receipts from installation and other services; beauty parlour, circulating library.

10. All Other Departments

(Basement departments are not to be included here, but sales from these sources are to be assigned to the appropriate departments.) Including tobacco, smokers' supplies, seeds, bulbs, nursery stock, other garden supplies not elsewhere classified; optical department; hearing aids; etc.

RÉPERTOIRE DES MARCHANDISES DES GRANDS MAGASINS - fin

Rayon - fin

36. Papeterie, livres et revues

Y compris livres, blocs-notes, papier à lettre, enveloppes, fournitures pour écrire (plumes, crayons, encre, gommes à effacer), calendriers, cartes de souhaits, faire-part, fournitures pour réceptions, décorations, emballages de cadeaux, matériel d'artiste, crayons à dessiner, tableaux noirs, fournitures scolaires, matériel et fournitures de bureau, articles de philatélie, albums, jeux pour adultes, etc.

37. Essence, huile, accessoires, réparation et fournitures d'automobiles

Y compris antigel, accumulateurs, ventilateurs, pareboue, phares anti-brouillard, panneaux antigivre, crics et vérins, pare-coups de portières, miroirs, silencieux, pneus, chambres à air, troussees et matériel de réparation de pneus, bougies d'allumage et vérificateurs, radiateurs, segments de pistons, essence, huile, réparations; motocyclettes, accessoires et fournitures.

38. Recettes provenant des repas et casse-croûte

Y compris les recettes provenant des restaurants, casse-croûte, comptoirs-repas et bars pour glaces et eaux gazeuses.

39. Recettes provenant des services et des travaux de réparations

Y compris les rayons de service et de réparation tels que retouche de robes et remailage de bas, réparation de bijoux, cordonnerie, réparation et entreposage des fourrures, réparation des radios, etc.; y compris les recettes provenant des services d'installation et autre; salon de beauté, bibliothèque circulante.

40. Tous autres rayons

(Les rayons du sous-sol ne sont pas inclus ici, mais les ventes qui s'y rapportent doivent être affectées aux rayons qui conviennent.) Y compris tabac, articles pour fumeurs, semences, oignons à fleurs, stock de pépinières, autre fournitures de jardinage non classées ailleurs; rayon d'optique; etc.

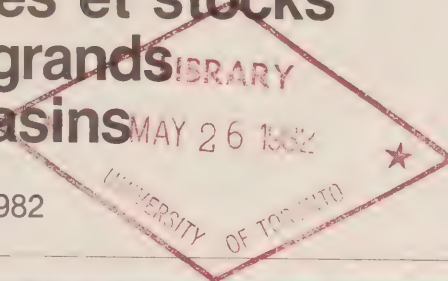
DEPOSITORY LIBRARY MATERIAL

Department store sales and stocks

February 1982

Ventes et stocks des grands magasins

Février 1982



Note

This and other government publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores or by mail order.

Mail orders should be sent to Publications Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V7, or to Publishing Centre, Supply and Services Canada, Ottawa, K1A 0S9.

Inquiries about this publication should be addressed to:

Retail Trade Section,
Merchandising and Services Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V4 (telephone: 996-9304) or to a local Advisory Services office:

St. John's (Nfld.)	(772-4073)
Halifax	(426-5331)
Montréal	(283-5725)
Ottawa	(992-4734)
Toronto	(966-6586)
Winnipeg	(949-4020)
Regina	(359-5405)
Edmonton	(420-3027)
Vancouver	(666-3691)

Toll-free access to the regional statistical information service is provided in Nova Scotia, New Brunswick, and Prince Edward Island by telephoning 1-800-565-7192. Throughout Saskatchewan, the Regina office can be reached by dialing 1(112)-800-667-3524, and throughout Alberta, the Edmonton office can be reached by dialing 1-800-222-6400.

Nota

On peut se procurer cette publication, ainsi que toutes les publications du gouvernement du Canada, auprès des agents autorisés locaux, dans les librairies ordinaires ou par la poste.

Les commandes par la poste devront parvenir à Ventes et services de publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V7, ou à Imprimerie et édition, Approvisionnement et services Canada, Ottawa, K1A 0S9.

Toutes demandes de renseignements sur la présente publication doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division du commerce et des services,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V4 (téléphone: 996-9304) ou à un bureau local des services consultatifs situé aux endroits suivants:

St. John's (I.-N.)	(772-4073)
Halifax	(426-5331)
Montréal	(283-5725)
Ottawa	(992-4734)
Toronto	(966-6586)
Winnipeg	(949-4020)
Regina	(359-5405)
Edmonton	(420-3027)
Vancouver	(666-3691)

On peut obtenir une communication gratuite avec le service régional d'information statistique de la Nouvelle-Écosse, du Nouveau-Brunswick et de l'Île-du-Prince-Édouard en composant 1-800-565-7192. En Saskatchewan, on peut communiquer avec le bureau régional de Regina en composant 1(112)-800-667-3524, et en Alberta, avec le bureau d'Edmonton au numéro 1-800-222-6400.

Statistics Canada
Marketing and Services Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

February 1982

Statistique Canada
Division du commerce et des services
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Février 1982

Published under the authority of
Minister of Supply and
Services Canada

Statistics Canada should be credited when
reproducing or quoting any part of this document

Minister of Supply
Services Canada 1982

1982
5-3406-503

Prix: Canada, \$3.00, \$30.00 a year
Other Countries, \$3.60, \$36.00 a year

Catalogue 63-002, Vol. 47, No. 2

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

Reproduction ou citation autorisée sous réserve
d'indication de la source: Statistique Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1982

Mai 1982
5-3406-503

Prix: Canada, \$3.00, \$30.00 par année
Autres pays, \$3.60, \$36.00 par année

Catalogue 63-002, vol. 47, n° 2

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or, in this publication less than half unit expressed.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM staff, Current Economic Analysis Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-995-7406), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou, dans la présente publication, inférieur à la moitié de l'unité exprimée.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de support sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM, Division de l'analyse de conjoncture, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-995-7406), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	v
Definitions	vi
Methodology	vii
Data Reliability	viii
Non-sampling Errors	viii
Non-sampling Error Measures	ix
Seasonal Adjustment	xi
Explanatory Notes	xii
Chart	
Department Store Sales, by Month, Canada, Unadjusted and Seasonally Adjusted, 1981 and 1982	xiv
Highlights	xv
Table	
1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982	2
2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982	4
3. Department Store Monthly Sales, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	6
4. Number of Department Store Locations, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	6
5. Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982	8
6. Department Store Cumulative Sales, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	9

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	v
Définitions	vi
Méthodologie	vii
Fiabilité des données	viii
Erreurs non liées à l'échantillonnage	viii
Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage	ix
Désaisonnalisation	xi
Notes explicatives	xii
Graphiques	
1. Ventes des grands magasins, par mois, Canada, non désaisonnalisé et désaisonnalisé, 1981 et 1982	xiv
Points saillants	xv
Tableau	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	2
2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1981 et 1982	4
3. Ventes mensuelles des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	6
4. Nombre de succursales des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	6
5. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	8
6. Ventes cumulatives des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	9

TABLE OF CONTENTS - Continued

TABLES DES MATIÈRES - suite

	Page
Table	
8. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1981 and 1982	10
9. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982	12
10. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982	14
11. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982	16
12. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1980-1982	18
13. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982	18
14. Department Store Sales, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1981 and 1982	20
15. Department Store Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1981 and 1982	22
List of Department Store Organizations	24

	Page
Tableau	
8. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	10
9. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1981 et 1982	12
10. Rapports mensuels stocks-ventes, des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	14
11. Rapports mensuels ventes-stocks, des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	16
12. Montants à recevoir, non ajustés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982	18
13. Montants à recevoir, désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982	18
14. Ventes des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1981 et 1982	20
15. Stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1981 et 1982	22
Liste des organisations des grands magasins	24

INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services. A "List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Merchandising and Services Division, to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments", however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets for the purpose of this publication is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as **one** structure, rather than as a number of smaller stores.

INTRODUCTION

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division du commerce et des services. (Bien que le recensement mesure également les activités des "établissements", cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "local d'affaires", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des firmes de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

Definitions

Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics. It must sell the following general lines of merchandise:

Family clothing and apparel. This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least six of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

Furniture, appliance and home furnishings. This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least four of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

All other (miscellaneous). This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, such as: toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at

Définitions

Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada, un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes:

Vêtements pour la famille. Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; articles d'habillement pour hommes; vêtements et articles d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins six des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou articles d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20 % des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe de vêtements pour la famille.

Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager. Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine; verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de séjour, salle à manger ou chambre à coucher; grands appareils, télévision, radio et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins quatre des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être des meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10 % des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

Tous autres articles (divers). Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus, telles que: articles de toilette, cosmétiques; médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus articles; bijouterie; articles de sport et valises; papeterie, livres et revues; et aliments.

least **three** different commodity lines with not one of these lines representing more than 50% of the **total** store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

Total Net Sales and Receipts

They are defined as the total sales of merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

Stocks

They are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or as at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

Accounts Receivable

They are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

Methodology

The **monthly sales values**, published at the Canada, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The **monthly sales values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the

Nota: Le magasin doit tenir au moins **trois** des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50 % des ventes **globales** du magasin. Au moins 10 % des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

Ventes et recettes nettes totales

Il s'agit du total des ventes de marchandises et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

Stocks

Cette rubrique englobe la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

Comptes à recevoir

Il s'agit des comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dus en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

Méthodologie

Le **chiffre des ventes mensuelles**, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des firmes de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100 %, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le **chiffre des ventes mensuelles par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des

required breakdown of sales. The percentage distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada sales total in order to provide an estimate of sales by department at the Canada level.

The monthly stock values by department, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sale ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The monthly accounts receivable values, published at the Canada level, are based on a subset of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

Data Reliability

Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error results from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

Data response error. This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

ventes. La répartition en pourcentage des ventes par rayon obtenues auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des ventes totales pour le pays afin d'établir une estimation des ventes par rayon pour l'ensemble du Canada.

Le chiffre des stocks mensuels par rayon publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le chiffre des comptes à recevoir mensuel pour l'ensemble du pays provient des firmes de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtés retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.

Fiabilité des données

Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des firmes de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ couvert par l'enquête. L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuée à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou aux variations, d'un interviewer à l'autre et selon le mode de communication retenu, dans l'explicitation des questions et dans l'interprétation des réponses.

Non-response error. Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

Processing error. These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error, two response measures are derived, namely, the **response rate** which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data.

The unit used in the Department Store Sales and Stocks Survey for derivation of the **response rate** is based on (1) the geographical regions, i.e., the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas, in which a department store organization operates department store locations and (2) the department store organizations themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in Ontario could be considered as one survey unit and one organizational unit while an

La non-réponse. Certains enquêtés refusent de répondre, d'autres en sont incapables et d'autres encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, si elles existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

Le traitement. L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. S'agissant des estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreur. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

L'unité utilisée pour calculer le **taux de réponse** de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) les régions (c'est-à-dire les 10 provinces, deux territoires et quatre régions métropolitaines) où les firmes de grands magasins exploitent des points de vente et (2) les firmes de grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une firme de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'enquête et une organisation, alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à

organization reporting for five stores in Vancouver, 10 in British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as **three** survey units but only **one** organizational unit.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are namely sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the non-sampling reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example, a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente **trois** unités d'enquête, mais seulement **une** organisation.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins. Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités donc cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25 %. Cependant, si les cinq unités représentent \$8 millions sur l'estimation publiée de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80 %. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation dans un tel cas, il faudrait tenir compte des deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1982
February

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1982
Février

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Organisations	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	99.1	96.0	99.9
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	56.0	92.9
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	40.0	68.5
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	88.2	99.9

Seasonal Adjustment

Seasonal adjustment(1) separates and measures the effect of recurring intra-annual variations resulting from normal differences in weather, holidays with invariable dates, or other events with a similar pattern of timing. An additional adjustment due to trading day variation is made for the department store series. This variation stems from the fact that a particular day of the week may occur five times in a particular month one year and only four times in the corresponding month in other years. This additional adjustment is made prior to the seasonal adjustment but is treated as part of the seasonal adjustment process.

The department store series have been seasonally adjusted using ARIMA option of the X-11-ARIMA seasonal adjustment program.(2) This new method of seasonal adjustment consists of extending the original series with one year of estimated values prior to the seasonal adjustment procedure. The estimated values are forecasts made by ARIMA models which have been fitted to the original series.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program relies primarily on the ratio-to-moving average method to smooth the extended series as a preliminary estimate of the trend-cycle, computing ratios of the extended original series to the trend-cycle estimates and estimating seasonal factors from these ratios. These procedures are repeated a number of times to produce the final seasonal factors.(3)

While seasonal adjustment provides a deeper understanding of the underlying trend-cycle of a series, the adjusted series still contains an irregular component. Small changes between months in the adjusted series may simply be irregular movements and, to obtain a clearer insight into the underlying trend, users should examine the adjusted series over a number of months.

To assist the user, the Months for Cyclical Dominance number, MCD, is provided.(4) The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of

1) See Tables 2, 9 and 13.
2) For further explanation see **The X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method**, Estela Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.
3) See Tables 14, 15 and 16.
4) See Tables 14, 15 and 16 (Column 1).

Désaisonnalisation

La désaisonnalisation(1) isole et mesure l'incidence des variations périodiques qui se produisent au cours d'une année en raison de l'évolution normale du climat, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles réguliers. On rajuste également la série des grands magasins pour tenir compte de la variation du nombre de jours commerciaux. Celle-ci est due au fait qu'un mois donné peut compter, par exemple, cinq samedis une année, mais seulement quatre l'année suivante. Cet ajustement est apporté avant la désaisonnalisation proprement dite, mais il est considéré comme partie intégrante de cette dernière.

La série des grands magasins a été désaisonnalisée au moyen de l'option ARMMI du programme de désaisonnalisation X-11-ARMMI (voir la note donnée plus loin)(2). Cette technique consiste à ajouter à la série d'origine une année de données estimatives avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent de prévisions réalisées par des modèles ARMMI ajustés à la série initiale.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série corrigée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises(3).

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent être de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, ils disposent des mois à dominance cyclique, ou MDC(4). Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieur à l'unité; autrement dit, c'est la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-

1) Voir les tableaux 2, 9 et 13.
2) Pour plus ample information voir **La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI**, par Estela Bee Dagum, Statistique Canada, n° 12-564F au catalogue, hors série.
3) Voir les tableaux 14, 15 et 16.
4) Voir les tableaux 14, 15 et 16 (colonne 1).

the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness, whatever the size of the irregular component in the original series.

Explanatory Notes

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios(5) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stocks ratios(6) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas of Montréal, Toronto, Winnipeg and Vancouver are census metropolitan areas as defined by the 1971 Census.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

(5) See Table 10.

(6) See Table 11.

cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on ne puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable et indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées dont la période est égale au MDC tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Notes explicatives

Les variations des ventes en pourcentage donnée dans la présente publication est fondée sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elle tient compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elle ne se limite pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient les ratios stocks-ventes(5) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks(6) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines de Montréal, de Toronto, de Winnipeg et de Vancouver correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1971.

La liste de référence des marchandises, qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

Les chiffres révisés des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

(5) Voir tableau 10.

(6) Voir tableau 11.

Number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current publication is based on.

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif II donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

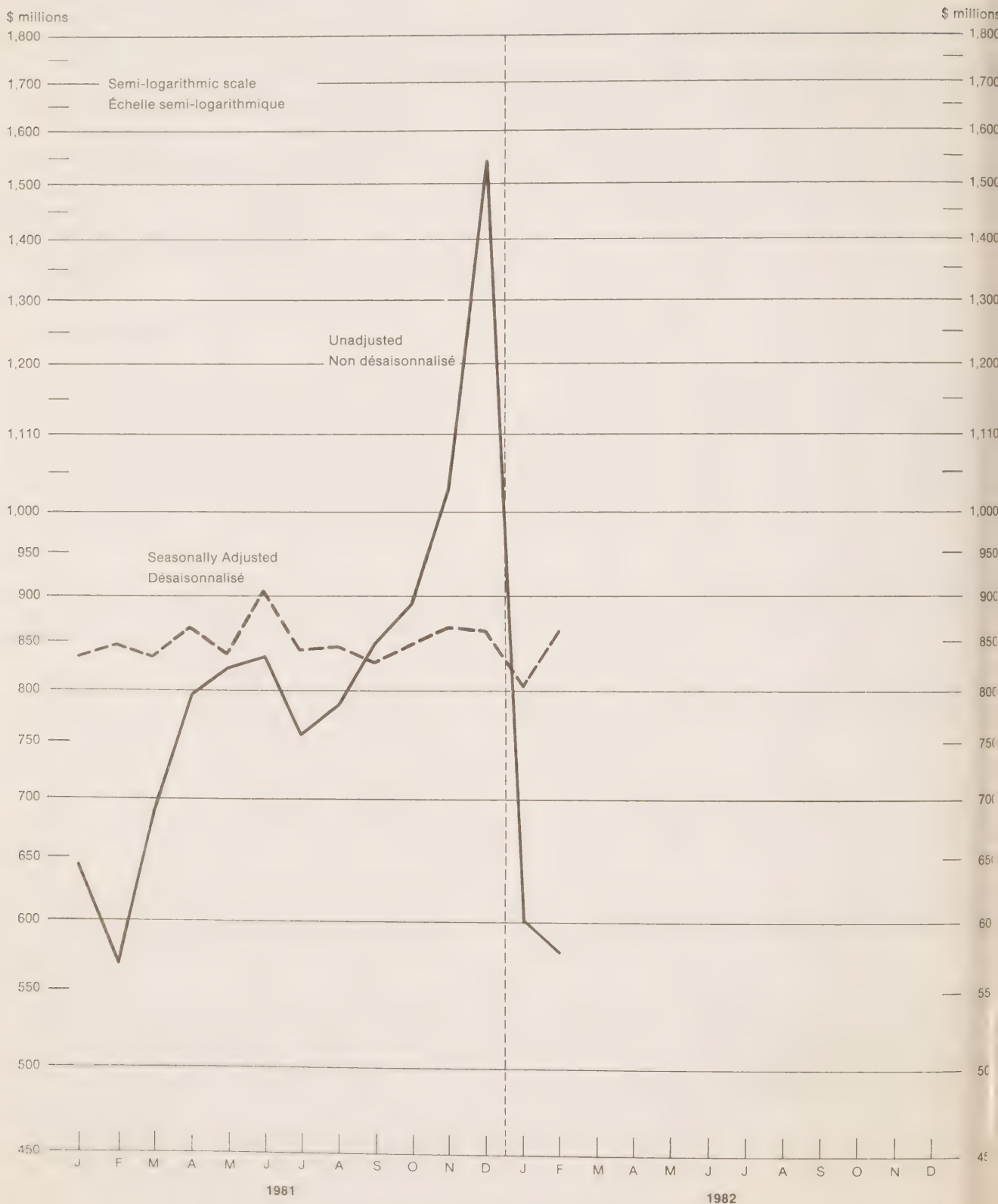
EXT TABLE II. Number of Shopping Days, by Month, 1981 and 1982

TABLEAU EXPLICATIF II. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1981 et 1982

	1982		1981	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	25	5	26	5
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	27	4	26	5
April - Avril	25	4	25	4
May - Mai	26	5	26	5
June - Juin	26	4	26	4
July - Juillet	26	5	26	4
August - Août	26	4	25	5
September - Septembre	25	4	25	4
October - Octobre	25	5	26	5
November - Novembre	26	4	25	4
December - Décembre	26	3	26	4

Department Store Sales by Month, Canada, Unadjusted and Seasonally Adjusted, 1981 and 1982

Ventes des grands magasins par mois, Canada, non désaisonné et désaisonné, 1981 et 1982



HIGHLIGHTS

In February 1982, department stores sales, without seasonal adjustment, totalled \$577.9 million in Canada, an increase of 1.6% from February 1981 (\$568.9 million). Nineteen of the 40 departments registering decreases from February 1981, the largest being piece goods (-19.2%), followed by men's and boys' footwear (-13.8%) and women's and misses' sportswear (-13.6%). Furs (37.6%), repairs and services (29.9%) and meals and lunches (11.7%) recorded the largest increases.

Five provinces recorded increased sales from last year, ranging from 5.9% in Ontario to 1.5% in Nova Scotia while Prince Edward Island (-7.2%) and Newfoundland (-5.8%) were the most notable decreases. The four metropolitan areas registered the following changes over last year figures: Toronto +6.4%, Winnipeg +2.7%, Montréal -2.6% and Vancouver -5.8%.

Seasonally adjusted sales were 7.3% higher than in January 1982 with a value of \$862.5 million, increasing in 33 of the 40 departments.

Cumulative sales for the first two months of the year reached \$1,178.0 million for Canada, down 2.9% from the period a year earlier and decreased in every province except Nova Scotia (4.2%) and Alberta (1.9%).

The selling value of inventories, without seasonal adjustment, held in February 1982, was \$2,618.1 million, an increase of 3.5% over February, 1981. Seasonally adjusted inventories decreased by 3.5% from January 1982 to \$2,905.5 million.

There were 784 department store locations operating in Canada during the month of February, three less than in January 1982 and 37 more than in February 1981.

Department stores share of total retail trade was 8.8%, a decreased proportion from the 9.1% held in February 1981.

POINTS SAILLANTS

Les ventes désaisonnalisées des grands magasins ont totalisé 577.9 millions de dollars au Canada en février 1982, soit un accroissement de 1.6% par rapport à janvier 1981 (568.9 millions de dollars). Dix neuf des 40 rayons ont enregistré des baisses, les plus importantes étant aux rayons du tissus à la pièce (-19.2%), de chaussures pour hommes et garçons (-13.8%) et de vêtements sport pour dames et jeunes filles (-13.6%) tandis que les plus fortes augmentations ont été mesurées dans les rayons de fourrures (37.6%), de services et travaux de réparation (29.9%) et dans celui des repas et casse-croûtes (11.7%).

Cinq provinces ont enregistré des augmentations des ventes, comparativement à l'année dernière, les hausses variant de 5.9% en Ontario à 1.5% en Nouvelle-Écosse alors que l'Île-du-Prince-Édouard (-7.2%) et Terre-Neuve (-5.8%) ont montré les baisses les plus notables. Les quatre régions métropolitaines ont enregistré les changements suivant par rapport à l'année dernière: Toronto +6.4%, Winnipeg +2.7%, Montréal -2.6% et Vancouver -5.8%.

Les ventes désaisonnalisées se sont chiffrées à 862.5 millions de dollars soit 7.3% supérieures à celles de janvier 1982. Les ventes se sont accrues dans 33 des 40 départements.

Le chiffre cumulatif des ventes pour les deux premiers mois a atteint \$1,178.0 millions de dollars au Canada, soit une baisse de 2.9% par rapport à la même période l'an passé. Les ventes ont diminué dans toutes les provinces à l'exception de la Nouvelle-Écosse (4.2%) et de l'Alberta (1.9%).

La valeur marchande sans ajustement saisonnier des inventaires détenus en février 1982 était de 2,618.1 millions de dollars, soit un accroissement de 3.5% par rapport à février 1981. La valeur désaisonnalisée des inventaires a baissé de 3.5% comparativement à janvier 1982 pour totaliser 2,905.5 millions de dollars.

Il y avait 784 points de vente des grands magasins en opération au Canada pendant le mois de février 1982, soit trois de moins qu'au mois de janvier 1982 et 37 de plus qu'en février 1981.

La part des grands magasins dans le total du commerce de détail a diminué en passant de 9.1% enregistré en février 1981 à 8.8% en février 1982.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982

		1982		1981					
Department		January	February	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		thousands of dollars							
		milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,164	10,515	10,657	13,749	18,105	21,250	18,841	18,980
2	Women's and misses' coats and suits	10,424	9,982	11,550	14,427	13,775	7,976	5,627	6,896
3	Women's and misses' sportswear	25,164	29,081	28,072	38,885	45,423	48,500	45,931	40,568
4	Furs	4,191	3,399	2,470	1,600	646	998	487	1,373
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	15,429	15,318	14,640	17,960	22,593	20,131	20,064	19,956
6	Girls' and teenage girls' wear	7,450	9,932	10,230	14,415	15,675	14,473	14,319	12,591
7	Lingerie and women's sleepwear	8,947	10,269	9,764	11,410	13,919	15,635	15,111	14,989
8	Intimate apparel	6,663	6,620	6,230	8,444	9,837	10,080	10,081	9,145
9	Millinery	1,362	892	808	806	1,054	868	831	885
10	Women's and girls' hosiery	7,532	6,687	6,502	8,276	9,558	8,783	7,918	6,579
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	8,098	7,850	8,277	10,811	12,980	12,851	11,977	10,268
12	Women's, misses' and children's footwear	12,965	11,946	13,556	20,815	24,258	23,663	21,838	17,856
13	Men's clothing	22,428	20,974	22,063	31,802	33,464	32,375	35,442	26,060
14	Men's furnishings	21,340	20,470	19,536	25,665	28,996	30,045	40,389	29,521
15	Boys' clothing and furnishings	6,041	6,080	6,308	8,755	11,288	9,914	9,121	8,588
16	Men's and boys' footwear	9,287	7,882	9,144	12,998	16,117	15,271	15,796	12,039
17	Food and kindred products	48,298	56,337	52,272	45,722	55,617	55,093	48,258	48,571
18	Toiletries, cosmetics and drugs	33,472	33,602	31,225	34,217	37,341	39,135	37,869	37,502
19	Photographic equipment and supplies	9,033	7,960	8,120	9,633	11,115	11,955	14,252	15,627
20	Piece goods	3,866	3,848	4,765	5,641	5,503	5,062	4,340	3,593
21	Linens and domestics	23,688	14,543	14,047	17,742	20,870	22,151	23,583	26,987
22	Smallwares and notions	8,695	7,079	7,441	7,718	7,836	6,614	6,600	7,175
23	China and glassware	7,319	7,485	7,508	9,182	10,279	11,267	11,283	10,960
24	Floor coverings	9,052	9,638	10,848	12,779	12,976	13,166	12,719	12,776
25	Draperies, curtains and furniture coverings	9,524	9,312	9,849	13,288	15,239	15,520	16,168	16,770
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,078	5,584	5,997	7,264	8,077	7,683	7,696	8,490
27	Furniture	37,565	31,181	33,796	43,720	43,322	50,775	62,073	47,497
28	Major appliances	35,255	27,544	28,799	37,193	39,604	42,777	56,586	45,191
29	Television, radio and music	27,745	23,480	22,358	27,090	27,057	26,070	26,306	24,577
30	Housewares and small electrical appliances	22,897	25,215	24,198	23,028	29,017	32,809	31,524	31,461
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	21,155	20,257	18,157	21,187	29,113	34,462	31,960	26,954
32	Plumbing, heating and building materials	6,267	6,404	6,431	8,034	10,285	11,590	10,605	9,706
33	Jewellery	9,668	11,294	11,416	15,025	17,815	20,031	18,968	15,522
34	Toys and games	6,915	7,822	7,588	9,345	13,516	11,201	11,415	12,494
35	Sporting goods and luggage	19,872	16,080	15,571	21,194	28,394	32,218	35,361	30,651
36	Stationery, books and magazines	17,447	18,133	16,715	17,400	19,522	19,993	19,952	16,430
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	16,159	12,756	11,890	14,931	17,957	17,956	17,970	17,969
38	Meals and lunches	18,314	18,418	16,494	19,211	19,587	20,698	20,288	20,088
39	Repairs and services	6,410	6,319	4,866	5,919	5,976	6,071	6,482	6,480
40	All other department	19,900	19,718	18,723	21,924	30,031	35,883	29,853	25,198
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	600,079	577,906	568,881	689,205	793,737	822,993	835,884	757,805

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1981					Change - Variation		Rayon	N ^o
August	September	October	November	December	February/ January 1982	February 1982/1981		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Février/ janvier 1982	Février 1982/1981		
thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
15,225	16,905	16,086	18,421	22,842	+ 28.8	- 1.3	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
15,446	19,536	25,362	21,346	23,703	- 4.2	- 13.6	formes pour dames et jeunes filles	2
44,879	59,572	50,437	52,638	69,436	+ 15.6	+ 3.6	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	3
2,204	2,800	3,625	4,534	6,950	- 18.9	+ 37.6	filles	4
23,402	24,469	25,345	25,819	36,185	- 0.7	+ 4.6	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	5
							Fourrures	
							Vêtements pour bébés et enfants et articles	
							de chambres d'enfants	
22,688	18,169	16,396	17,934	25,121	+ 33.3	- 2.9	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
12,551	15,265	16,547	23,929	43,184	+ 14.8	+ 5.2	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
8,997	9,587	8,617	9,500	13,087	- 0.6	+ 6.3	Sous-vêtements	8
889	1,469	2,126	3,123	3,945	- 34.5	+ 10.4	Chapeaux	9
7,373	10,667	10,937	10,687	15,586	- 11.2	+ 2.8	Bas pour dames et fillettes	10
11,416	16,619	16,583	21,369	35,037	- 3.1	- 5.2	Gants, moufles et articles de parure pour	11
22,104	28,614	28,236	26,355	31,323	- 7.9	- 11.9	dames et fillettes	12
31,552	41,073	42,076	50,135	68,716	- 6.5	- 4.9	Chaussures pour dames, jeunes filles et	13
27,999	36,196	37,530	56,255	100,808	- 4.1	+ 4.8	enfants	14
16,392	11,823	11,730	13,649	22,321	+ 0.6	- 3.6	Vêtements pour hommes	15
							Articles d'habillement pour hommes	
							Vêtements et articles d'habillement pour	
							garçons	
14,075	17,234	17,168	17,882	23,436	- 15.1	- 13.8	Chaussures pour hommes et garçons	16
55,938	47,868	55,930	66,402	76,481	+ 16.6	+ 7.8	Produits alimentaires et connexes	17
37,938	38,702	42,975	50,461	100,686	+ 0.4	+ 7.6	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
							caments	
14,562	13,296	12,986	16,609	31,811	- 11.9	- 2.0	Appareils et fournitures photographiques	19
4,545	5,722	6,018	6,186	4,605	- 0.5	- 19.2	Issus à la pièce	20
23,554	25,638	25,049	25,237	39,605	- 38.6	+ 3.5	Literie et linge de maison	21
7,464	10,321	10,729	10,039	12,620	- 18.6	- 4.9	Menus articles	22
9,769	11,955	11,177	18,301	36,041	+ 2.3	- 0.3	Porcelaine et verrerie	23
11,291	12,253	14,116	13,976	12,311	+ 6.5	- 11.2	Revêtements de plancher	24
14,241	14,880	15,932	15,914	17,826	- 2.2	- 5.5	Tentures, rideaux et housses	25
7,981	8,710	9,268	13,026	20,340	- 8.1	- 6.9	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
37,828	44,415	42,234	41,441	42,272	- 17.0	- 7.7	d'ameublement pour la maison	27
37,748	39,375	41,570	38,116	43,490	- 21.9	- 4.4	Meubles	28
29,765	32,673	35,895	45,604	70,303	- 15.4	+ 5.0	Gros appareils ménagers	29
30,907	29,303	34,358	42,503	75,348	+ 10.1	+ 4.2	Télévision, radio et musique	30
							Articles de ménage et petits appareils élec-	
							triques	
24,835	23,810	27,060	26,868	37,838	- 4.2	+ 11.6	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
9,116	9,040	10,492	9,389	9,385	+ 2.2	- 0.4	etc.	32
17,312	22,185	19,325	33,417	67,819	+ 16.8	- 1.1	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	33
12,646	12,227	21,276	47,723	76,988	+ 13.1	+ 3.1	truction	34
24,941	22,815	23,472	28,380	53,876	- 19.1	+ 3.3	Bijouterie	35
							Jouets et jeux	
							Articles de sport et valises	
27,346	26,354	23,268	31,923	60,620	+ 3.9	+ 8.5	Papeterie, livres et revues	36
17,550	16,149	22,490	22,667	23,064	- 21.1	+ 7.3	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
							réparation et fournitures	
20,727	20,366	21,888	23,159	30,880	+ 0.6	+ 11.7	Repas et casse-croûtes	38
6,137	6,928	8,273	9,568	9,631	- 1.4	+ 29.9	Services et travaux de réparation	39
25,153	23,407	27,697	25,947	46,932	- 0.9	+ 5.3	Tous autres rayons	40
786,486	848,390	892,279	1,036,432	1,542,452	- 3.7	+ 1.6	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982(1)

No.	Department	1982	1981					
		January	February	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	14,120	16,142	16,305	16,100	17,026	15,803	16,175
2	Women's and misses' coats and suits	13,901	14,579	16,851	13,386	13,447	14,190	13,932
3	Women's and misses' sportswear	41,368	45,503	43,733	45,634	47,628	42,863	46,888
4	Furs	2,236	3,223	2,339	2,716	2,195	5,357	3,331
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	21,546	22,955	21,879	20,670	23,515	21,016	23,739
6	Girls' and teenage girls' wear	14,700	16,820	17,307	15,869	16,238	15,407	16,238
7	Lingerie and women's sleepwear	16,523	17,865	16,928	15,889	16,847	15,747	16,820
8	Intimate apparel	8,494	9,430	8,856	9,385	9,329	9,159	9,170
9	Millinery	1,657	1,614	1,460	1,460	1,462	1,246	1,326
10	Women's and girls' hosiery	9,245	9,061	8,774	9,278	9,208	8,808	9,411
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	13,812	13,745	14,460	14,633	15,132	13,817	14,651
12	Women's, misses' and children's footwear	21,195	21,992	24,895	24,173	22,733	22,115	23,621
13	Men's clothing	35,264	35,453	37,102	34,932	36,173	37,098	37,004
14	Men's furnishings	36,572	37,381	35,537	37,380	38,102	37,006	39,469
15	Boys' clothing and furnishings	10,869	11,337	11,723	10,506	12,162	11,313	11,218
16	Men's and boys' footwear	15,032	13,203	15,275	15,991	14,805	15,029	15,414
17	Food and kindred products	57,842	60,793	56,546	47,741	54,398	53,199	54,271
18	Toiletries, cosmetics and drugs	43,743	44,725	41,506	40,969	41,508	42,322	43,141
19	Photographic equipment and supplies	12,542	13,351	13,583	13,058	13,707	13,832	14,772
20	Piece goods	4,529	4,546	5,625	5,362	5,146	4,596	4,711
21	Linens and domestics	22,685	23,377	22,520	23,406	25,084	24,379	25,440
22	Smallwares and notions	8,098	8,523	8,950	8,429	8,565	8,125	8,553
23	China and glassware	10,878	12,817	12,864	13,189	13,313	12,661	14,166
24	Floor coverings	10,688	12,096	13,593	13,564	13,329	13,025	13,456
25	Draperies, curtains and furniture coverings	12,278	13,553	14,303	14,753	14,263	14,823	15,620
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8,249	8,122	8,720	8,963	8,835	9,343	9,624
27	Furniture	34,811	41,525	44,821	49,013	46,668	48,593	62,713
28	Major appliances	35,597	39,896	41,715	42,155	45,785	40,748	57,077
29	Television, radio and music	31,258	33,882	32,206	32,968	34,800	34,816	37,261
30	Housewares and small electrical appliances	33,652	35,944	34,549	31,481	33,847	33,775	35,802
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	30,825	30,753	27,522	25,898	27,556	28,084	28,381
32	Plumbing, heating and building materials	8,355	9,307	9,360	9,455	9,608	9,037	8,563
33	Jewellery	20,453	21,118	21,251	21,791	22,400	22,639	22,402
34	Toys and games	20,137	21,016	20,416	19,220	20,585	18,078	19,393
35	Sporting goods and luggage	27,256	28,390	27,504	31,049	28,635	28,371	28,147
36	Stationery, books and magazines	23,084	26,284	24,134	23,555	24,796	24,435	24,718
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	21,783	18,707	17,404	17,237	16,973	17,623	17,940
38	Meals and lunches	21,427	23,124	20,702	20,773	20,789	21,669	21,253
39	Repairs and services	7,450	8,209	6,314	6,777	6,827	6,345	6,448
40	All other departments	28,091	29,316	27,732	25,687	28,353	25,105	26,162
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	803,641	862,546	847,678	834,288	865,863	837,993	904,147

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1981 et 1982(1)

1981						Change - Variation		Rayon	N°
July	August	September	October	November	December	February/ January 1982			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Février/ janvier 1982			
thousands of dollars						per cent			
milliers de dollars						pourcentage			
17,198	16,240	16,489	16,428	17,989	16,395	+ 14.3		Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
14,307	14,540	14,761	15,716	14,443	15,507	+ 4.9		Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
46,030	45,997	47,992	47,151	46,944	46,198	+ 10.0		Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
2,537	2,075	2,505	3,125	2,522	3,241	+ 44.1		Fourrures	4
22,685	21,896	21,445	22,087	22,506	23,082	+ 6.5		Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
15,709	16,445	15,568	15,547	15,470	15,936	+ 14.4		Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
17,293	16,657	16,754	17,197	17,585	17,008	+ 8.1		Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
8,923	9,302	9,091	9,382	9,938	9,292	+ 11.0		Sous-vêtements	8
1,335	1,398	1,598	1,442	1,571	1,722	- 2.6		Chapeaux	9
8,973	8,651	9,296	9,355	9,458	9,600	- 2.0		Bas pour dames et fillettes	10
14,608	15,057	15,909	15,708	14,574	14,364	- 0.5		Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
23,897	22,655	22,681	22,649	20,086	23,530	+ 3.8		Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
36,663	38,047	37,187	36,148	36,324	36,916	+ 0.5		Vêtements pour hommes	13
38,757	37,055	39,378	38,843	37,846	37,931	+ 2.2		Articles d'habillement pour hommes	14
11,071	11,569	11,129	10,919	11,510	11,900	+ 4.3		Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
14,094	15,604	15,132	15,133	14,972	14,840	- 12.2		Chaussures pour hommes et garçons	16
53,531	56,876	53,311	55,563	59,946	54,943	+ 5.1		Produits alimentaires et connexes	17
42,918	43,457	43,945	44,136	44,958	45,988	+ 2.2		Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
13,312	14,880	14,645	14,662	15,069	13,367	+ 6.5		Appareils et fournitures photographiques	19
4,667	4,949	4,993	5,047	5,486	4,829	+ 0.4		Tissus à la pièce	20
24,657	24,358	22,920	24,298	23,535	24,738	+ 3.1		Literie et linge de maison	21
8,522	8,835	9,023	9,311	8,629	8,451	+ 5.2		Menus articles	22
13,018	11,691	12,591	13,069	13,371	13,266	+ 17.8		Porcelaine et verrerie	23
12,777	12,140	11,188	11,345	11,620	12,603	+ 13.2		Revêtements de plancher	24
15,509	15,111	14,022	14,226	14,745	15,202	+ 10.4		Tentures, rideaux et housses	25
9,939	9,064	8,931	9,047	9,752	9,526	- 1.5		Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
40,328	37,483	41,297	40,528	41,420	43,521	+ 19.3		Meubles	27
36,815	36,412	34,944	39,139	38,447	40,740	+ 12.1		Gros appareils ménagers	28
34,440	32,756	28,889	33,440	35,520	33,454	+ 8.4		Télévision, radio et musique	29
32,218	33,734	31,658	36,470	35,871	34,223	+ 6.8		Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
28,412	27,485	24,781	24,036	25,852	26,794	- 0.2		Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
8,420	10,375	8,173	9,529	10,194	9,803	+ 11.4		Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
21,507	22,318	24,143	22,749	24,415	21,985	+ 3.3		Bijouterie	33
19,713	21,218	20,550	20,360	21,361	20,625	+ 4.4		Jouets et jeux	34
28,003	29,239	28,306	27,562	26,459	28,332	+ 4.2		Articles de sport et valises	35
24,004	25,940	25,013	25,862	24,987	26,422	+ 13.9		Papeterie, livres et revues	36
17,810	19,629	17,559	18,645	18,537	16,817	- 14.1		Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
20,704	20,457	21,190	20,974	21,117	21,388	+ 7.9		Repas et casse-croûtes	38
7,248	6,859	6,930	7,056	7,279	7,166	+ 10.2		Services et travaux de réparation	39
26,270	27,325	28,923	29,057	28,392	30,836	+ 4.4		Tous autres rayons	40
840,511	845,502	828,749	847,932	864,558	862,090	+ 7.3		TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 3. Department Store Monthly Sales, by Province and Selected Metropolitan Area, 1980 and 1981

No.	Province and selected metropolitan area	1982		1981					
		January	February	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
		thousands of dollars							
milliers de dollars									
1	Newfoundland	5,603	5,825	6,184	7,847	9,494	9,609	9,854	8,848
2	Prince Edward Island	3,311	2,956	3,185	3,273	4,317	4,316	4,973	5,306
3	Nova Scotia	12,967	13,146	12,952	15,077	20,085	19,956	20,309	18,841
4	New Brunswick	10,210	10,191	10,409	12,436	17,078	16,220	16,612	14,786
5	Quebec	106,158	98,370	100,803	118,500	144,831	154,884	145,347	135,979
6	Ontario	209,112	204,722	193,333	232,652	278,621	290,044	307,749	258,671
7	Manitoba	28,921	29,484	28,516	37,528	40,614	40,472	40,104	39,781
8	Saskatchewan	15,630	15,984	16,220	21,595	22,961	23,703	22,475	21,182
9	Alberta	94,682	89,528	86,057	105,753	112,504	118,234	121,475	113,759
10	British Columbia	111,571	105,658	109,290	132,072	140,829	142,628	143,632	137,567
11	Yukon and Northwest Territories	1,913	2,042	1,932	2,473	2,403	2,928	3,355	3,085
12	CANADA	600,079	577,906	568,881	689,205	793,737	822,993	835,884	757,805
13	Montréal	65,774	60,945	62,569	72,735	89,387	94,134	88,334	82,622
14	Toronto	87,801	86,224	81,007	95,652	113,130	118,197	126,725	104,611
15	Winnipeg	26,332	26,800	26,085	33,866	36,738	36,502	35,752	35,830
16	Vancouver	68,830	64,243	68,220	81,280	86,254	85,943	86,143	81,407

TABLE 4. Number of Department Store Locations, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

No.	Province and selected metropolitan area	1982		1981				
		January	February	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		number - nombre						
1	Newfoundland	15	14	16	17	17	17	16
2	Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7	7
3	Nova Scotia	30	30	29	29	30	30	30
4	New Brunswick	27	26	25	26	26	26	26
5	Quebec	163	163	161	161	161	162	160
6	Ontario	294	294	279	284	285	285	285
7	Manitoba	37	37	37	37	37	37	37
8	Saskatchewan	26	26	26	26	26	26	26
9	Alberta	82	82	65	65	66	66	67
10	British Columbia	99	98	95	96	96	96	96
11	Yukon and Northwest Territories	7	7	7	7	7	7	7
12	CANADA	787	784	747	755	758	759	757
13	Montréal	80	80	80	80	80	80	80
14	Toronto	86	86	80	84	84	84	84
15	Winnipeg	29	29	29	29	29	29	29
16	Vancouver	40	39	40	40	40	40	40

TABLEAU 3. Ventes mensuelles des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1981					Change - Variation				
August	September	October	November	December	February/ January 1982	February 1982/1981	Province et certaines zones métropolitaines		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Février/ janvier 1982	Février 1982/1981			
Thousands of dollars					per cent			NO	
milliers de dollars					pourcentage				
10,479	9,526	10,454	13,146	19,400	+ 4.0	- 5.8	Terre-Neuve	1	
4,949	4,808	4,488	5,360	8,516	- 10.7	- 7.2	Ile-du-Prince-Edouard	2	
20,934	19,599	21,763	29,060	45,534	+ 1.4	+ 1.5	Nouvelle-Ecosse	3	
16,560	16,995	18,438	23,618	34,022	- 0.2	- 2.1	Nouveau-Brunswick	4	
143,855	146,869	159,084	176,579	264,016	- 7.3	- 2.4	Québec	5	
267,875	301,967	312,584	364,786	562,317	- 2.1	+ 5.9	Ontario	6	
38,840	44,651	45,423	54,511	76,621	+ 1.9	+ 3.4	Manitoba	7	
21,490	22,636	25,556	30,263	42,556	+ 2.3	- 1.5	Saskatchewan	8	
121,743	125,211	139,365	157,178	225,573	- 5.4	+ 4.0	Alberta	9	
136,600	152,884	152,058	178,945	258,846	- 5.3	- 3.3	Colombie-Britannique	10	
3,162	3,245	3,066	2,985	5,051	+ 6.7	+ 5.7	Yukon et les Terri- toires du Nord-Ouest	11	
786,486	848,390	892,279	1,036,432	1,542,452	- 3.7	+ 1.6	CANADA	12	
83,486	92,978	99,300	110,690	165,297	- 7.3	- 2.6	Montréal	13	
105,560	126,829	126,385	147,324	230,378	- 1.8	+ 6.4	Toronto	14	
34,713	40,651	41,004	49,523	68,668	+ 1.8	+ 2.7	Winnipeg	15	
80,527	92,585	91,004	109,284	153,147	- 6.7	- 5.8	Vancouver	16	

TABLEAU 4. Nombre de succursales des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

[illegible]

TABLE 5. Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982
January-February

TABLEAU 5. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982
Janvier-février

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1982/1981
		1981	1982	Variation 1982/1981
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	20,431	18,679	- 8.6
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	23,241	20,406	- 12.2
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sport pour dames et jeunes filles	55,224	54,245	- 1.8
4	Furs - Fourrures	7,249	7,590	+ 4.7
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	29,637	30,747	+ 3.7
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	18,969	17,382	- 8.4
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	19,315	19,216	- 0.5
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	13,765	13,283	- 3.5
9	Millinery - Chapeaux	1,869	2,254	+ 20.6
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	14,031	14,219	+ 1.3
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	16,799	15,948	- 5.1
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	27,978	24,911	- 11.0
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	46,432	43,402	- 6.5
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	41,661	41,810	+ 0.4
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillem- ent pour garçons	12,852	12,121	- 5.7
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	18,356	17,169	- 6.5
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	102,653	104,635	+ 1.9
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	64,190	67,074	+ 4.5
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	17,712	16,993	- 4.1
20	Piece goods - Tissus à la pièce	9,558	7,714	- 19.3
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	39,092	38,231	- 2.2
22	Smallwares and notions - Menus articles	17,101	15,774	- 7.8
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	16,112	14,804	- 8.1
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	21,860	18,690	- 14.5
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	21,101	18,836	- 10.7
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	13,712	11,662	- 15.0
27	Furniture - Meubles	85,518	68,746	- 19.6
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	70,096	62,799	- 10.4
29	Television, radio and music - Télévision, radio et musique	52,072	51,225	- 1.6
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	47,496	48,112	+ 1.3
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	38,127	41,412	+ 8.6
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	13,144	12,671	- 3.6
33	Jewellery - Bijouterie	21,391	20,962	- 2.0
34	Toys and games - Jouets et jeux	14,541	14,737	+ 1.3
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	36,642	35,952	- 1.9
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	34,938	35,580	+ 1.8
37	Automobile, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	24,721	28,915	+ 17.0
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	34,168	36,732	+ 7.5
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	10,488	12,729	+ 21.4
40	All other departments - Tous autres rayons	38,590	39,618	+ 2.7
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	1,212,832	1,177,985	- 2.9

TABLE 6. Department Store Cumulative Sales, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982
January-February

TABLEAU 6. Ventes cumulatives des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines,
1981 et 1982
Janvier-février

Province and selected metropolitan area Province et certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	12,196	11,428	- 6.3
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	6,465	6,267	- 3.1
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	25,056	26,113	+ 4.2
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	20,845	20,401	- 2.1
Québec	218,043	204,528	- 6.2
Ontario	420,044	413,834	- 1.5
Manitoba	58,802	58,405	- 0.7
Saskatchewan	33,556	31,614	- 5.8
Alberta	180,716	184,210	+ 1.9
British Columbia - Colombie-Britannique	233,184	217,229	- 6.8
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	3,924	3,955	+ 0.8
CANADA	1,212,832	1,177,985	- 2.9
Montréal	135,811	126,719	- 6.7
Toronto	177,031	174,025	- 1.7
Winnipeg	53,702	53,132	- 1.1
Vancouver	146,238	133,073	- 9.0

TABLE 7. Department Store Monthly Sales as a Percentage of Total Retail Trade, by Province, 1981 and
1982
February

TABLEAU 7. Proportions procentuelles mensuelles des grands magasins en relation au total du commerce
de détail, par province, 1981 et 1982
Février

Province	1981 ¹	1982
	per cent - pourcentage	
Newfoundland - Terre-Neuve	5.7	5.3
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	12.6	12.8
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	6.7	6.6
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	6.8	6.7
Québec	6.5	6.2
Ontario	8.8	8.8
Manitoba	12.5	11.5
Saskatchewan	6.5	5.8
Alberta	12.0	11.6
British Columbia - Colombie-Britannique	13.3	12.7
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11.4	10.1
CANADA	9.1	8.8

TABLE 8. Department Store Monthly Stocks,(1) by Department, Canada, 1981 and 1982

Department	1982		1981					
	January	February	February	March	April	May	June	July
No.	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
	thousands of dollars							
	milliers de dollars							
Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	45,563	46,324	41,527	44,182	55,777	49,305	38,560	41,378
Women's and misses' coats and suits	28,018	36,932	35,537	35,610	36,228	30,420	31,220	62,215
Women's and misses' sportswear	98,814	104,198	98,540	107,490	130,438	122,096	102,218	111,202
Furs	18,433	17,186	20,013	20,508	20,567	19,732	18,881	18,545
Infants' and children's wear and nursery equipment	61,548	60,033	55,118	56,341	76,929	70,698	64,197	87,509
Girls' and teenage girls' wear	35,182	39,073	36,024	38,848	49,000	46,679	38,556	55,464
Lingerie and women's sleepwear	40,036	40,592	35,854	39,749	49,924	48,059	41,209	42,895
Intimate apparel	32,235	28,340	27,335	26,247	30,791	33,642	28,288	30,624
Millinery	1,705	1,194	1,393	922	1,266	1,630	1,063	1,105
Women's and girls' hosiery	20,962	21,453	22,297	23,435	27,829	26,606	22,966	23,713
Women's and girls' gloves, mitts and accessories	34,682	38,123	43,106	47,365	55,094	52,441	44,411	47,078
Women's, misses' and children's footwear	87,084	94,059	83,004	91,621	106,156	99,470	91,184	92,436
Men's clothing	121,023	144,954	149,408	149,075	172,679	166,122	136,514	158,858
Men's furnishings	115,358	119,780	120,376	127,563	151,559	142,916	121,030	136,045
Boys' clothing and furnishings	35,239	37,910	39,084	35,627	41,706	37,557	36,567	56,610
Men's and boys' footwear	67,699	68,641	63,376	71,029	84,270	85,669	77,921	81,006
Food and kindred products	38,730	32,819	28,920	33,536	33,515	32,371	33,961	32,435
Toiletries, cosmetics and drugs	168,715	136,298	124,172	126,965	146,190	144,270	131,929	140,976
Photographic equipment and supplies	54,039	47,485	45,605	43,377	54,377	54,345	44,721	52,359
Piece goods	26,758	27,466	32,904	30,913	33,208	30,734	28,255	29,504
Linens and domestics	105,895	104,167	98,075	99,696	113,422	116,813	107,465	109,552
Smallwares and notions	35,714	32,999	39,851	34,954	43,647	44,092	42,425	45,022
China and glassware	79,696	84,356	65,490	75,849	84,310	87,525	83,694	83,251
Floor coverings	59,308	53,602	50,649	51,129	56,820	60,777	60,816	64,769
Draperies, curtains and furniture coverings	74,144	67,185	63,945	64,469	72,116	71,392	63,663	71,225
Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	44,908	43,607	43,760	43,978	48,504	53,929	46,369	49,593
Furniture	203,525	197,657	173,941	182,199	220,320	218,557	190,776	210,158
Major appliances	67,844	57,690	69,699	69,867	78,608	70,973	60,241	71,148
Television, radio and music	119,077	113,348	104,349	112,138	126,402	121,670	116,182	116,956
Housewares and small electrical appliances	128,912	117,029	114,651	122,252	145,705	145,948	133,143	136,006
Hardware, paints, wallpaper, etc.	109,649	96,519	104,052	116,127	136,162	142,049	121,386	149,710
Plumbing, heating and building materials	33,209	31,260	32,025	26,756	33,932	33,413	28,427	32,969
Jewellery	112,886	113,175	105,696	106,713	121,229	116,849	103,945	112,285
Toys and games	73,582	67,604	65,359	64,426	78,541	70,483	62,370	68,908
Sporting goods and luggage	106,210	109,124	108,939	119,356	157,754	155,526	133,077	133,273
Stationery, books and magazines	85,895	77,322	73,845	73,839	90,088	89,601	87,492	95,990
Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	45,833	44,780	44,580	38,885	48,942	51,174	38,987	47,474
Meals and lunches	1,490	959	2,183	1,638	2,520	2,159	2,102	1,315
Repairs and services	5,313	4,271	4,326	4,401	5,444	5,710	4,742	6,498
All other departments	60,107	58,607	60,220	67,247	82,468	84,960	73,576	76,609
TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,685,020	2,618,121	2,529,228	2,626,322	3,104,437	3,038,362	2,694,529	2,984,668
At selling value.								

TABLEAU 8. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1981							Rayon	N°
August	September	October	November	December	February/ January 1982	February 1982/1981		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Février/ janvier 1982	Février 1982/1981		
thousands of dollars								
milliers de dollars								
Change - Variation								
per cent								
pourcentage								
40,110	42,433	60,868	53,743	45,786	+ 1.7	+ 11.6	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
62,598	65,510	74,549	60,145	35,084	+ 31.8	+ 3.9	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
115,399	112,846	145,329	137,595	98,048	+ 5.4	+ 5.7	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
20,458	23,087	26,720	25,164	21,835	- 6.8	- 14.1	Fourrures	4
76,509	68,429	95,947	77,979	67,473	- 2.5	+ 8.9	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
52,124	45,402	58,618	47,903	34,740	+ 11.1	+ 8.5	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
44,299	43,870	66,798	68,615	40,870	+ 1.4	+ 13.2	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
30,668	25,971	38,477	37,252	31,901	- 12.1	+ 3.7	Sous-vêtements	8
1,051	1,316	2,228	3,278	3,176	- 30.0	- 14.3	Chapeaux	9
26,739	21,390	26,752	26,604	20,683	+ 2.3	- 3.8	Bas pour dames et fillettes	10
46,796	41,470	62,312	58,656	36,800	+ 9.9	- 11.6	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
92,706	84,756	106,815	97,717	94,118	+ 8.0	+ 13.5	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
194,661	161,689	216,974	199,854	166,475	+ 19.8	- 3.0	Vêtements pour hommes	13
143,200	141,906	189,605	168,161	106,990	+ 3.8	- 0.5	Articles d'habillement pour hommes	14
41,136	40,941	58,424	46,410	34,258	+ 7.6	- 3.0	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
80,805	71,816	97,481	85,998	76,015	+ 1.4	+ 8.3	Chaussures pour hommes et garçons	16
25,972	26,981	37,559	41,884	25,542	- 15.3	+ 13.5	Produits alimentaires et connexes	17
135,451	133,437	207,518	208,172	151,758	- 19.2	+ 9.8	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
54,016	50,905	73,533	60,609	44,326	- 12.1	+ 4.1	Appareils et fournitures photographiques	19
29,430	27,118	33,092	31,946	31,088	+ 2.6	- 16.5	Tissus à la pièce	20
105,405	94,301	130,181	129,636	119,597	- 1.6	+ 6.2	Literie et linge de maison	21
42,216	38,577	44,058	38,940	42,654	- 7.6	- 17.2	Menus articles	22
84,672	80,361	97,243	98,814	106,167	+ 5.8	+ 28.8	Porcelaine et verrerie	23
63,337	54,133	65,359	59,506	65,866	- 9.6	+ 5.8	Revêtements de plancher	24
68,415	61,290	80,407	76,567	76,135	- 9.4	+ 5.1	Tentures, rideaux et housses	25
51,868	46,759	62,835	56,345	43,174	- 2.9	- 0.3	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
206,187	188,648	242,317	214,318	235,492	- 2.9	+ 13.6	Meubles	27
69,540	63,806	86,617	85,701	81,341	- 15.0	- 17.2	Gros appareils ménagers	28
116,657	110,190	154,194	149,478	128,746	- 4.8	+ 8.6	Télévision, radio et musique	29
136,688	129,288	166,685	166,409	125,323	- 9.2	+ 2.1	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
147,239	119,280	172,256	142,516	123,405	- 12.0	- 7.2	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
32,025	27,271	36,533	32,821	34,188	- 5.9	- 2.4	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
112,351	102,891	144,241	140,645	108,452	+ 0.3	+ 7.1	Bijouterie	33
87,015	96,375	141,712	112,165	55,211	- 8.1	+ 3.4	Jouets et jeux	34
125,094	129,179	188,551	152,263	123,955	+ 2.7	+ 0.2	Articles de sport et valises	35
89,539	86,460	115,752	100,566	74,561	- 10.0	+ 4.7	Papeterie, livres et revues	36
48,692	40,979	62,274	55,507	47,540	- 2.3	+ 0.4	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
1,159	1,316	1,522	1,386	1,346	- 35.6	- 56.1	Repas et casse-croûtes	38
5,882	5,575	6,805	5,825	4,473	- 19.6	- 1.3	Services et travaux de réparation	39
74,947	67,914	90,286	80,257	77,757	- 2.5	- 2.7	Tous autres rayons	40
2,983,056	2,775,866	3,769,427	3,437,350	2,842,349	- 2.5	+ 3.5	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 9. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982(1)

		1982	1981					
		January	February	February	March	April	May	June
Department		Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	50,429	45,920	40,790	41,811	46,531	44,347	45,785
2	Women's and misses' coats and suits	37,095	42,242	40,201	40,178	46,027	43,463	44,511
3	Women's and misses' sportswear	119,499	112,161	105,201	105,891	110,214	106,134	109,336
4	Furs	18,761	20,009	23,044	27,744	25,379	24,102	23,584
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	73,263	69,830	63,459	62,104	71,749	67,803	71,085
6	Girls' and teenage girls' wear	46,667	43,414	40,017	41,048	43,868	43,034	42,083
7	Lingerie and women's sleepwear	52,520	48,671	42,904	41,375	45,580	43,508	45,849
8	Intimate apparel	31,578	29,341	28,039	27,878	30,522	31,544	31,275
9	Millinery
10	Women's and girls' hosiery	22,997	24,032	24,958	24,237	26,343	24,353	24,839
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	40,683	42,806	48,429	52,193	51,122	50,943	51,870
12	Women's, misses' and children's footwear	101,508	104,071	90,849	91,759	95,524	92,660	97,066
13	Men's clothing	153,252	158,350	162,780	161,634	169,542	165,378	163,549
14	Men's furnishings	135,636	137,837	137,184	139,673	141,976	130,529	136,989
15	Boys' clothing and furnishings	40,999	39,543	40,447	41,475	40,621	38,528	41,114
16	Men's and boys' footwear	83,589	80,688	73,866	71,293	76,693	77,768	83,849
17	Food and kindred products
18	Toiletries, cosmetics and drugs	171,755	160,938	145,190	139,476	140,405	135,822	139,652
19	Photographic equipment and supplies	54,901	54,145	51,930	49,382	53,384	51,091	51,192
20	Piece goods	29,154	28,321	33,625	29,542	31,082	28,225	29,111
21	Linens and domestics	115,973	106,423	99,123	103,098	101,405	102,405	103,501
22	Smallwares and notions	39,940	37,456	44,764	38,014	41,014	37,512	39,709
23	China and glassware	88,374	95,469	73,374	82,796	83,492	83,644	89,264
24	Floor coverings	57,536	54,881	51,894	53,809	55,892	57,576	60,131
25	Draperies, curtains and furniture coverings	77,597	66,991	63,207	65,212	68,493	64,925	65,022
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	52,237	47,920	47,575	44,057	46,945	48,920	46,654
27	Furniture	216,978	203,938	179,274	183,391	197,278	196,438	187,642
28	Major appliances	66,319	54,569	65,785	68,290	72,243	66,200	62,608
29	Television, radio and music	128,274	125,621	114,443	113,834	115,299	114,653	120,259
30	Housewares and small electrical appliances	144,845	126,395	122,821	125,284	130,806	132,343	134,842
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	128,557	123,607	114,207	110,286	114,162	108,184	110,216
34	Toys and games	87,608	87,820	84,302	76,835	83,174	75,650	77,691
35	Sporting goods and luggage	142,755	133,452	133,118	123,035	141,496	132,645	139,748
36	Stationery, books and magazines	97,475	91,225	86,240	84,099	92,398	82,711	91,145
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies
38	Meals and lunches
39	Repairs and services
40	All other department
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,009,775	2,905,472	2,804,660	2,742,895	2,920,174	2,821,659	2,882,466

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 9. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1981 et 1982(1)

1981						Change - Variation			
July	August	September	October	November	December	February/ January 1982	Rayon		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Février/ janvier 1982			
thousands of dollars						per cent			
milliers de dollars						pourcentage			
44,801	44,072	49,974	53,766	46,802	50,564	- 8.9	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles		1
49,182	46,652	49,005	51,731	51,481	47,334	+ 13.9	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles		2
107,276	113,963	128,438	132,346	119,575	126,907	- 6.1	Vêtements sport pour dames et jeunes filles		3
18,749	17,199	19,465	19,909	19,702	20,823	+ 6.7	Fourrures		4
71,285	71,291	70,677	83,049	72,103	77,662	- 4.7	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants		5
45,612	47,480	46,258	50,528	41,910	49,389	- 7.0	Vêtements de fillettes et d'adolescentes		6
44,738	44,441	46,019	50,689	51,397	53,940	- 7.3	Lingerie et vêtements de nuit pour dames		7
31,920	30,431	30,125	35,643	31,750	31,758	- 7.1	Sous-vêtements		8
...	Chapeaux		9
22,571	23,762	21,634	24,948	25,030	24,307	+ 4.5	Bas pour dames et fillettes		10
50,233	47,586	44,520	47,566	42,514	44,210	+ 5.2	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes		11
85,006	83,414	87,876	98,811	99,417	107,147	+ 2.5	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants		12
160,967	166,991	160,374	173,690	169,110	184,256	+ 3.3	Vêtements pour hommes		13
134,631	139,395	143,383	143,575	137,871	142,444	+ 1.6	Articles d'habillement pour hommes		14
46,133	41,091	41,413	45,605	38,050	42,984	- 3.6	Vêtements et articles d'habillement pour garçons		15
80,860	76,002	74,552	78,696	80,425	88,534	- 3.5	Chaussures pour hommes et garçons		16
...	Produits alimentaires et connexes		17
146,682	150,418	153,517	165,340	153,928	174,134	- 6.3	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments		18
54,292	60,911	59,706	53,772	46,698	47,468	- 1.4	Appareils et fournitures photographiques		19
29,670	28,069	29,479	31,828	32,482	32,645	- 2.9	Tissus à la pièce		20
112,975	112,169	114,945	124,420	121,337	121,727	- 8.2	Literie et linge de maison		21
40,940	41,070	43,050	44,023	40,352	42,701	- 6.2	Menus articles		22
83,653	84,175	88,260	85,556	83,954	99,819	+ 8.0	Porcelaine et verrerie		23
65,344	61,744	62,872	64,292	62,916	59,683	- 4.6	Revêtements de plancher		24
71,475	70,112	70,416	77,658	75,786	74,351	- 13.7	Tentures, rideaux et housses		25
48,037	50,519	50,485	54,047	49,841	52,645	- 8.3	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison		26
209,571	225,046	230,339	245,633	217,405	210,637	- 6.0	Meubles		27
74,869	82,491	81,782	87,377	81,310	71,603	- 17.7	Gros appareils ménagers		28
122,776	124,381	128,682	141,579	127,378	123,143	- 2.1	Télévision, radio et musique		29
137,853	138,826	142,844	150,126	144,905	146,132	- 12.7	Articles de ménage et petits appareils élec- triques		30
...	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.		31
...	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction		32
117,761	114,062	116,789	123,157	111,898	121,135	- 3.9	Bijouterie		33
80,774	81,997	74,226	79,262	84,050	102,718	+ 0.2	Jouets et jeux		34
135,924	129,658	128,677	148,395	133,237	145,027	- 6.5	Articles de sport et valises		35
91,936	83,869	88,905	91,590	82,283	94,994	- 6.4	Papeterie, livres et revues		36
...	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures		37
...	Repas et casse-croûtes		38
...	Services et travaux de réparation		39
...	Tous autres rayons		40
2,939,112	2,977,993	2,970,429	3,197,410	3,018,927	3,172,973	- 3.5	TOTAL, TOUS RAYONS		41

1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 10. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982

No.	Department	1982		1981				
		January	February	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	February	March	April	May	June
	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5.58	4.41	3.90	3.21	3.08	2.52	2.05
	Women's and misses' coats and suits	2.69	3.70	3.08	2.47	2.63	3.81	5.55
	Women's and misses' sportswear	3.93	3.58	3.51	2.76	2.87	2.52	2.23
	Furs	4.40	5.06	8.10	12.82	31.84	19.77	38.77
	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.99	3.92	3.76	3.14	3.41	3.51	3.20
	Girls' and teenage girls' wear	4.72	3.93	3.52	2.69	3.13	3.23	2.69
	Lingerie and women's sleepwear	4.47	3.95	3.67	3.48	3.59	3.02	2.75
	Intimate apparel	4.84	4.28	4.39	3.11	3.13	3.54	2.81
	Millinery	1.25	1.34	1.72	1.14	1.20	1.88	1.28
	Women's and girls' hosiery	2.78	3.21	3.43	2.83	2.91	3.03	2.90
	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.28	4.86	5.21	4.38	4.24	4.18	5.71
	Women's, misses' and children's footwear	6.72	7.87	6.12	4.40	4.38	4.20	4.10
	Men's clothing	5.40	6.91	6.77	4.69	5.16	5.13	3.85
	Men's furnishings	5.41	5.85	6.16	4.97	5.23	4.76	5.00
	Boys' clothing and furnishings	5.83	6.24	6.20	4.07	3.69	3.79	4.01
16	Men's and boys' footwear	7.29	8.71	6.93	5.46	5.23	5.61	4.93
17	Food and kindred products	0.80	0.58	0.55	0.73	0.60	0.59	0.70
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.04	4.06	3.98	3.71	3.91	3.69	3.48
19	Photographic equipment and supplies	5.98	5.97	5.62	4.50	4.89	4.55	3.14
20	Piece goods	6.92	7.14	6.91	5.48	6.03	6.07	6.51
21	Linens and domestics	4.47	7.16	6.98	5.62	5.43	5.27	4.56
22	Smallwares and notions	4.11	4.66	5.36	4.53	5.57	6.67	6.43
23	China and glassware	10.89	11.27	8.72	8.26	8.20	7.77	7.42
24	Floor coverings	6.55	5.56	4.67	4.00	4.38	4.62	4.78
25	Draperies, curtains and furniture coverings	7.78	7.21	6.49	4.85	4.73	4.60	3.94
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7.39	7.81	7.30	6.05	6.01	7.02	6.03
27	Furniture	5.42	6.34	5.15	4.17	5.09	4.30	3.17
28	Major appliances	1.92	2.09	2.42	1.88	1.98	1.66	1.06
29	Television, radio and music	4.29	4.83	4.67	4.14	4.67	4.67	4.42
30	Housewares and small electrical appliances	5.63	4.64	4.74	5.31	5.02	4.45	4.22
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	5.18	4.76	5.73	5.48	4.68	4.12	3.80
32	Plumbing, heating and building materials	5.30	4.88	4.98	3.33	3.30	2.88	2.68
33	Jewellery	11.68	10.02	9.26	7.10	6.80	5.83	5.48
34	Toys and games	10.64	8.64	8.61	6.89	5.81	6.29	5.46
35	Sporting goods and luggage	5.34	6.79	7.00	5.63	5.56	4.83	3.76
36	Stationery, books and magazines	4.92	4.26	4.42	4.24	4.61	4.48	4.39
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	2.84	3.51	3.75	2.60	2.73	2.65	2.17
38	Meals and lunches	0.08	0.05	0.13	0.09	0.13	0.13	0.10
39	Repairs and services	0.83	0.68	0.89	0.74	0.91	0.94	0.73
40	All other departments	3.02	2.97	3.22	3.07	2.75	2.57	2.46
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.37	4.42	4.35	3.75	3.88	3.62	3.15

TABLEAU 10. Rapports mensuels stocks-ventes, des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1981						Rayon	N°
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
2.54	2.63	2.51	3.78	2.92	2.00	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
9.02	4.05	3.35	2.94	2.82	1.48	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
2.75	2.57	1.89	2.88	2.61	1.41	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
13.51	9.28	8.25	7.37	5.55	3.14	Fourrures	4
4.39	3.27	2.80	3.79	3.02	1.86	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4.41	2.30	2.50	3.58	2.67	1.38	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
2.87	3.53	2.87	4.04	2.87	0.95	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3.35	3.41	2.71	4.47	3.92	2.44	Sous-vêtements	8
1.25	1.18	0.90	1.05	1.05	0.81	Chapeaux	9
3.72	3.63	2.01	2.45	2.49	1.33	Bas pour dames et fillettes	10
4.58	4.10	2.50	3.76	2.74	1.05	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
5.18	4.19	2.96	3.78	3.71	3.00	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
6.10	6.17	3.94	5.16	3.99	2.42	Vêtements pour hommes	13
4.61	5.11	3.92	5.05	2.99	1.06	Articles d'habillement pour hommes	14
6.59	2.51	3.46	4.98	3.40	1.53	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
6.73	5.74	4.17	5.68	4.81	3.24	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.67	0.46	0.56	0.67	0.63	0.33	Produits alimentaires et connexes	17
3.76	3.57	3.45	4.83	4.13	1.51	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
3.84	3.71	3.83	5.66	3.65	1.39	Appareils et fournitures photographiques	19
8.21	6.48	4.74	5.50	5.16	6.75	Tissus à la pièce	20
4.06	4.48	3.68	5.20	5.14	3.02	Literie et linge de maison	21
6.27	5.66	3.74	4.11	3.88	3.38	Menus articles	22
7.60	8.67	6.72	8.70	5.40	2.95	Porcelaine et verrerie	23
5.07	5.61	4.42	4.63	4.26	5.35	Revêtements de plancher	24
4.25	4.80	4.12	5.05	4.81	4.27	Tentures, rideaux et housses	25
5.84	6.50	5.37	6.78	4.33	2.12	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
4.44	5.45	4.25	5.74	5.17	5.57	Meubles	27
1.57	1.84	1.62	2.08	2.25	1.87	Gros appareils ménagers	28
3.98	3.92	3.37	4.30	3.28	1.83	Télévision, radio et musique	29
4.34	4.42	4.41	4.85	3.92	1.66	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
5.55	5.93	5.01	6.37	5.30	3.26	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
3.40	3.51	3.02	3.48	3.50	3.64	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
6.88	6.49	4.64	7.46	4.21	1.60	Bijouterie	33
5.34	6.88	7.88	6.66	2.35	0.72	Jouets et jeux	34
4.32	5.02	5.66	8.03	5.37	2.30	Articles de sport et valises	35
5.21	3.27	3.28	4.97	3.15	1.23	Papeterie, livres et revues	36
2.64	2.77	2.54	2.77	2.45	2.06	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
0.06	0.06	0.06	0.07	0.06	0.04	Repas et casse-croûtes	38
1.00	0.96	0.80	0.82	0.61	0.46	Services et travaux de réparation	39
3.04	2.98	2.90	3.26	3.09	1.66	Tous autres rayons	40
3.84	3.71	3.21	4.14	3.28	1.82	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 11. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982

Department No.	1982		1981				
	January	February	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Jun
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.18	0.23	0.28	0.32	0.36	0.40	0.43
2 Women's and misses' coats and suits	0.33	0.31	0.35	0.41	0.38	0.24	0.18
3 Women's and misses' sportswear	0.26	0.29	0.31	0.38	0.38	0.38	0.41
4 Furs	0.21	0.19	0.12	0.08	0.03	0.05	0.03
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	0.24	0.25	0.28	0.32	0.34	0.27	0.30
6 Girls' and teenage girls' wear	0.21	0.27	0.32	0.39	0.36	0.30	0.34
7 Lingerie and women's sleepwear	0.22	0.25	0.28	0.30	0.31	0.32	0.34
8 Intimate apparel	0.21	0.22	0.23	0.32	0.34	0.31	0.33
9 Millinery	0.56	0.62	0.57	0.70	0.96	0.60	0.62
10 Women's and girls' hosiery	0.36	0.32	0.30	0.36	0.37	0.32	0.32
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.23	0.22	0.20	0.24	0.25	0.24	0.25
12 Women's, misses' and children's footwear	0.14	0.13	0.17	0.24	0.25	0.23	0.23
13 Men's clothing	0.16	0.16	0.17	0.21	0.21	0.19	0.23
14 Men's furnishings	0.19	0.17	0.17	0.21	0.21	0.20	0.31
15 Boys' clothing and furnishings	0.17	0.17	0.17	0.23	0.29	0.25	0.25
16 Men's and boys' footwear	0.13	0.12	0.15	0.19	0.21	0.18	0.19
17 Food and kindred products	1.50	1.57	1.76	1.46	1.66	1.67	1.46
18 Toiletries, cosmetics and drugs	0.21	0.22	0.24	0.27	0.27	0.27	0.27
19 Photographic equipment and supplies	0.18	0.16	0.18	0.22	0.23	0.22	0.29
20 Piece goods	0.13	0.14	0.15	0.18	0.17	0.16	0.15
21 Linens and domestics	0.21	0.14	0.16	0.18	0.20	0.19	0.21
22 Smallwares and notions	0.22	0.21	0.21	0.21	0.20	0.15	0.15
23 China and glassware	0.08	0.09	0.11	0.13	0.13	0.13	0.13
24 Floor coverings	0.14	0.17	0.22	0.25	0.24	0.22	0.21
25 Draperies, curtains and furniture coverings	0.13	0.13	0.16	0.21	0.22	0.22	0.24
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.14	0.13	0.15	0.17	0.17	0.15	0.15
27 Furniture	0.17	0.16	0.19	0.25	0.22	0.23	0.30
28 Major appliances	0.47	0.44	0.44	0.53	0.53	0.57	0.86
29 Television, radio and music	0.22	0.20	0.21	0.25	0.23	0.21	0.22
30 Housewares and small electrical appliances	0.18	0.21	0.22	0.19	0.22	0.22	0.23
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.18	0.20	0.19	0.19	0.23	0.25	0.34
32 Plumbing, heating and building materials	0.19	0.20	0.20	0.27	0.34	0.34	0.34
33 Jewellery	0.09	0.10	0.11	0.14	0.16	0.17	0.17
34 Toys and games	0.11	0.11	0.12	0.14	0.19	0.15	0.17
35 Sporting goods and luggage	0.17	0.15	0.15	0.19	0.20	0.21	0.25
36 Stationery, books and magazines	0.22	0.22	0.23	0.24	0.24	0.22	0.25
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.35	0.28	0.29	0.36	0.41	0.36	0.40
38 Meals and lunches	12.92	15.04	7.40	10.06	9.42	8.85	7.52
39 Repairs and services	1.31	1.32	1.09	1.36	1.21	1.09	1.24
40 All other departments	0.29	0.33	0.35	0.34	0.40	0.43	0.38
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.22	0.22	0.23	0.27	0.28	0.27	0.29

TABLEAU 11. Rapports mensuels ventes-stocks, des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1981							N°
July	August	September	October	November	December	Rayon	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
0.41	0.37	0.41	0.31	0.32	0.46	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
0.15	0.25	0.30	0.36	0.32	0.50	formes pour dames et jeunes filles	
0.38	0.40	0.52	0.39	0.37	0.59	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
0.07	0.11	0.13	0.15	0.17	0.30	filles	
0.26	0.29	0.34	0.31	0.30	0.50	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
						Fourrures	4
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
						de chambres d'enfants	
0.27	0.42	0.37	0.32	0.34	0.61	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.36	0.29	0.35	0.30	0.35	0.79	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.31	0.29	0.34	0.27	0.25	0.38	Sous-vêtements	8
0.82	0.82	1.24	1.20	1.13	1.22	Chapeaux	9
0.27	0.29	0.44	0.45	0.40	0.66	Bas pour dames et fillettes	10
0.22	0.24	0.38	0.32	0.35	0.73	Gants, moufles et articles de parure pour	11
0.19	0.24	0.32	0.29	0.26	0.33	dames et fillettes	
0.18	0.18	0.23	0.22	0.24	0.38	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
0.23	0.20	0.25	0.23	0.31	0.73	enfants	
0.18	0.34	0.29	0.24	0.26	0.55	Vêtements pour hommes	13
						Articles d'habillement pour hommes	14
						Vêtements et articles d'habillement pour	15
						garçons	
0.15	0.17	0.23	0.20	0.19	0.29	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.46	1.92	1.81	1.73	1.67	2.27	Produits alimentaires et connexes	17
0.27	0.27	0.29	0.25	0.24	0.56	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
						caments	
0.28	0.27	0.25	0.21	0.25	0.61	Appareils et fournitures photographiques	19
0.12	0.15	0.20	0.20	0.19	0.15	Tissus à la pièce	20
0.25	0.22	0.26	0.22	0.19	0.32	Literie et linge de maison	21
0.16	0.17	0.26	0.26	0.24	0.31	Menus articles	22
0.13	0.12	0.14	0.13	0.19	0.35	Porcelaine et verrerie	23
0.20	0.18	0.21	0.24	0.22	0.20	Revêtements de plancher	24
0.25	0.20	0.23	0.22	0.20	0.23	Tentures, rideaux et housses	25
0.18	0.16	0.18	0.17	0.22	0.41	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
0.24	0.18	0.22	0.20	0.18	0.19	d'ameublement pour la maison	
0.69	0.54	0.59	0.55	0.44	0.52	Meubles	27
0.25	0.25	0.29	0.27	0.30	0.51	Gros appareils ménagers	28
0.23	0.23	0.22	0.23	0.26	0.52	Télévision, radio et musique	29
						Articles de ménage et petits appareils élec-	30
						triques	
0.20	0.17	0.18	0.19	0.17	0.28	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
0.32	0.28	0.30	0.33	0.27	0.28	etc.	
0.15	0.15	0.21	0.16	0.23	0.54	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
0.20	0.16	0.13	0.18	0.38	0.92	truction	
0.23	0.19	0.18	0.15	0.17	0.39	Bijouterie	33
						Jouets et jeux	34
						Articles de sport et valises	35
0.20	0.29	0.30	0.23	0.30	0.69	Papeterie, livres et revues	36
0.42	0.36	0.36	0.44	0.38	0.45	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
11.87	16.76	16.46	15.42	15.93	22.61	réparation et fournitures	
1.15	0.99	1.21	1.34	1.52	1.87	Repas et casse-croûtes	38
0.34	0.33	0.33	0.35	0.30	0.59	Services et travaux de réparation	39
						Tous autres rayons	40
0.27	0.26	0.29	0.27	0.29	0.49	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

TABLE 12. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, (1) Unadjusted, Canada, 1980-1982

TABEAU 12. Montants à recevoir(1), non ajustés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982

Month	1980	1981	1982	Change from previous month	Change 1982/1981
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1982/1981
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,510,848	1,554,350	1,624,889 ⁽¹⁾	- 9.1	+ 4.5
February - Février	1,453,884	1,488,706	1,554,767	- 4.3	+ 4.4
March - Mars	1,388,475	1,476,287			
April - Avril	1,397,066	1,483,717			
May - Mai	1,381,243	1,493,281			
June - Juin	1,359,373	1,501,535			
July - Juillet	1,341,270	1,523,351			
August - Août	1,346,822	1,512,048			
September - Septembre	1,401,404	1,537,138			
October - Octobre	1,434,563	1,550,904			
November - Novembre	1,490,778	1,622,633			
December - Décembre	1,658,191	1,788,145			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 13. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, (1) Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982

TABEAU 13. Montants à recevoir(1), désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982

Month	1980	1981	1982	Change from previous month	Change 1982/1981
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1982/1981
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,420.3	1,460.9	1,526.9	- 2.3	+ 4.5
February - Février	1,438.8	1,473.5	1,539.1	+ 0.8	+ 4.5
March - Mars	1,408.9	1,497.4			
April - Avril	1,424.7	1,513.4			
May - Mai	1,417.5	1,533.0			
June - Juin	1,420.8	1,569.5			
July - Juillet	1,425.6	1,619.4			
August - Août	1,430.0	1,605.8			
September - Septembre	1,440.8	1,580.4			
October - Octobre	1,442.6	1,559.5			
November - Novembre	1,441.4	1,568.7			
December - Décembre	1,448.9	1,562.1			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Department Store Sales and
Stocks MCD and Combined
Seasonal and Trading Day
Factors

Ventes et stocks des grands magasins
MDC et coefficients combinés de
corrections des variations saisonnières
et des jours commerciaux

TABLE 14. Department Store Sales, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1981 and 1982

No.	Department	1981						
		MCD	March	April	May	June	July	August
		MDC	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	85.40	106.34	134.47	116.48	94.78	93.75
2	Women's and misses' coats and suits	5	107.78	102.44	56.21	40.39	48.20	106.23
3	Women's and misses' sportswear	3	85.21	95.37	113.15	97.96	97.70	97.57
4	Furs	12	58.90	29.43	18.63	14.62	54.11	106.21
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	86.89	96.08	95.79	84.52	87.97	106.88
6	Girls' and teenage girls' wear	4	90.84	96.53	93.94	88.18	80.15	137.96
7	Lingerie and women's sleepwear	3	71.81	82.62	99.29	89.84	86.39	75.35
8	Intimate apparel	4	89.97	105.44	110.05	109.94	102.49	96.72
9	Millinery	12	55.19	72.09	69.64	62.65	66.30	63.57
10	Women's and girls' hosiery	3	89.20	103.80	99.72	84.14	71.09	85.23
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	73.88	85.78	93.01	81.75	70.29	75.82
12	Women's, misses' and children's footwear	6	86.11	106.71	107.00	92.45	74.72	97.57
13	Men's clothing	4	91.04	92.51	87.27	95.78	71.08	82.93
14	Men's furnishings	5	68.66	76.10	81.19	102.33	76.17	75.56
15	Boys' clothing and furnishings	6	83.33	92.81	87.63	81.31	77.57	141.69
16	Men's and boys' footwear	5	81.28	108.86	101.61	102.48	85.42	91.20
17	Food and kindred products	7	95.77	102.24	103.56	88.92	90.36	98.35
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	83.52	89.96	92.47	87.78	87.38	87.30
19	Photographic equipment and supplies	4	73.77	81.09	86.43	96.48	102.37	77.86
20	Piece goods	6	105.20	106.93	110.15	92.13	76.99	91.83
21	Linens and domestics	3	75.80	83.20	90.86	92.70	109.45	96.70
22	Smallwares and notions	4	91.56	93.68	81.40	77.17	84.19	84.48
23	China and glassware	4	69.62	77.21	88.99	79.65	84.19	83.56
24	Floor coverings	7	94.21	97.35	101.08	94.52	100.01	97.01
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	90.07	106.84	104.70	103.51	108.13	94.24
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	81.04	91.42	82.23	79.97	85.42	68.05
27	Furniture	4	89.20	92.83	104.49	98.98	117.43	100.92
28	Major appliances	4	88.23	86.50	104.98	99.14	102.75	133.67
29	Television, radio and music	4	82.17	77.75	74.88	70.60	85.30	71.87
30	Housewares and small electrical appliances	2	73.15	85.73	97.14	88.05	97.34	71.62
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4	81.81	105.65	122.71	112.61	94.87	91.56
32	Plumbing, heating and building materials	7	84.97	107.05	128.25	123.85	115.27	87.88
33	Jewellery	3	68.95	79.53	88.48	84.67	75.09	77.57
34	Toys and games	4	48.62	65.66	61.96	58.86	65.46	79.26
35	Sporting goods and luggage	3	68.26	99.16	113.56	125.63	110.17	85.75
36	Stationery, books and magazines	4	73.87	78.73	81.82	80.72	76.78	105.42
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	86.62	105.80	101.89	100.17	100.89	87.47
38	Meals and lunches	3	92.48	94.22	95.52	95.46	97.99	101.32
39	Repairs and services	6	87.34	87.54	95.68	100.53	89.40	79.22
40	All other departments	4	85.35	105.92	142.93	114.11	95.42	92.27
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2	82.61	91.67	98.21	92.45	90.16	93.02

TABLEAU 14. Ventes des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1981 et 1982

1981		1982				Rayon	N°
September	October	November	December	January	February		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février		
102.52	97.92	102.40	139.32	57.82	65.14	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-formes pour dames et jeunes filles	1
132.35	161.38	147.79	152.85	74.99	68.47	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
124.13	106.97	112.13	150.30	60.83	63.91	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
111.76	116.00	179.76	214.43	187.44	105.46	Fourrures	4
114.10	114.75	114.72	156.77	71.61	66.73	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
116.71	105.46	115.93	157.64	50.68	59.05	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
91.11	96.22	136.08	253.90	54.15	57.48	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
105.46	91.85	95.59	140.84	78.44	70.20	Sous-vêtements	8
91.95	147.42	198.84	229.08	82.21	55.27	Chapeaux	9
114.75	116.91	113.00	162.35	81.47	73.80	Bas pour dames et fillettes	10
104.46	105.57	146.62	243.92	58.63	57.11	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
126.16	124.67	131.21	133.12	61.17	54.32	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
110.45	116.40	138.02	186.14	63.60	59.16	Vêtements pour hommes	13
91.92	96.62	148.64	265.77	58.35	54.76	Articles d'habillement pour hommes	14
106.24	107.43	118.58	187.57	55.58	53.63	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
113.89	113.45	119.44	157.92	61.78	59.70	Chaussures pour hommes et garçons	16
89.79	100.66	110.77	139.20	83.50	92.67	Produits alimentaires et connexes	17
88.07	97.37	112.24	218.94	76.52	75.13	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
90.79	88.57	110.22	237.98	72.02	59.62	Appareils et fournitures photographiques	19
114.61	119.24	112.77	95.36	85.37	84.65	Tissus à la pièce	20
111.86	103.09	107.23	160.10	104.42	62.21	Literie et linge de maison	21
114.39	115.23	116.34	149.34	107.37	83.06	Menus articles	22
94.95	85.52	136.87	271.68	67.28	58.40	Porcelaine et verrerie	23
109.52	124.43	120.28	97.68	84.69	79.68	Revêtements de plancher	24
106.12	111.99	107.93	117.26	77.57	68.71	Tentures, rideaux et housses	25
97.53	102.44	133.57	213.51	73.68	68.75	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
107.55	104.21	100.05	97.13	107.91	75.09	Meubles	27
112.68	106.21	99.14	106.75	99.04	69.04	Gros appareils ménagers	28
113.10	107.34	128.39	210.15	88.76	69.30	Télévision, radio et musique	29
92.56	94.21	118.49	220.17	68.04	70.15	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
96.08	112.58	103.93	141.22	68.63	65.87	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
110.61	110.11	92.10	95.74	75.01	68.81	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
91.89	84.95	136.87	308.48	47.27	53.48	Bijouterie	33
59.50	104.50	223.41	373.27	34.34	37.22	Jouets et jeux	34
80.60	85.16	107.26	190.16	72.91	56.64	Articles de sport et valises	35
105.36	89.97	127.76	229.43	75.58	68.99	Papeterie, livres et revues	36
91.97	120.62	122.28	137.15	74.18	68.19	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
96.11	104.36	109.67	144.38	85.47	79.65	Repas et casse-croûtes	38
99.97	117.24	131.45	134.39	86.04	76.98	Services et travaux de réparation	39
80.93	95.32	91.39	152.20	70.84	67.26	Tous autres rayons	40
102.37	105.23	119.88	178.92	74.67	67.00	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 15. Department Store Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1981 and 1982

No.	Department	1981						
		MCD	March	April	May	June	July	August
No.	Department	MCD	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Augst
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4	105.67	119.88	111.18	84.22	92.36	91.01
2	Women's and misses' coats and suits	4	88.63	78.71	69.99	70.14	126.50	134.19
3	Women's and misses' sportswear	3	101.51	118.35	115.04	95.49	103.66	101.26
4	Furs	5	73.92	81.04	81.87	86.06	98.91	118.95
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	4	90.72	107.22	104.27	90.31	122.76	107.32
6	Girls' and teenage girls' wear	3	94.64	111.70	108.47	91.62	121.60	109.78
7	Lingerie and women's sleepwear	4	96.07	109.53	110.46	89.88	95.88	99.68
8	Intimate apparel	3	94.15	100.88	106.65	90.45	95.94	100.78
9	Millinery
10	Women's and girls' hosiery	4	96.69	105.64	109.25	92.46	105.06	112.53
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	90.75	107.77	102.94	85.62	93.72	98.54
12	Women's, misses' and children's footwear	3	99.85	111.15	107.35	93.94	108.74	111.14
13	Men's clothing	3	92.23	101.85	100.45	83.47	98.69	116.57
14	Men's furnishings	4	91.33	106.75	109.49	88.35	101.05	102.73
15	Boys' clothing and furnishings	4	85.90	102.67	97.48	88.94	122.71	100.11
16	Men's and boys' footwear	4	99.63	109.88	110.16	92.93	100.18	106.32
17	Food and kindred products
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	91.03	104.12	106.22	94.47	96.11	90.05
19	Photographic equipment and supplies	4	87.84	101.86	106.37	87.36	96.44	88.68
20	Piece goods	4	104.64	106.84	108.89	97.06	99.44	104.85
21	Linens and domestics	3	96.70	111.85	114.07	103.83	96.97	93.97
22	Smallwares and notions	4	91.95	106.42	117.54	106.84	109.97	102.79
23	China and glassware	3	91.61	100.98	104.64	93.76	99.52	111.59
24	Floor coverings	4	95.02	101.66	105.56	101.14	99.12	102.58
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	98.86	105.29	109.96	97.91	99.65	97.58
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	99.82	103.32	110.24	94.39	103.24	102.67
27	Furniture	2	99.35	111.68	111.26	101.67	100.28	91.62
28	Major appliances	4	102.31	108.81	107.21	96.22	95.03	84.30
29	Television, radio and music	3	98.51	109.63	106.12	96.61	95.26	95.79
30	Housewares and small electrical appliances	3	97.58	111.39	110.28	98.74	98.66	96.46
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	3	96.76	106.19	108.01	94.53	95.55	98.50
34	Toys and games	4	83.86	94.43	93.17	86.28	87.51	79.11
35	Sporting goods and luggage	3	97.01	111.49	107.25	95.09	98.05	96.43
36	Stationery, books and magazines	4	87.80	97.50	110.55	95.95	104.41	106.76
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies
38	Meals and lunches
39	Repairs and services
40	All other departments
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2	95.75	106.31	107.68	93.48	101.55	100.17

TABLEAU 15. Stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1981 et 1982

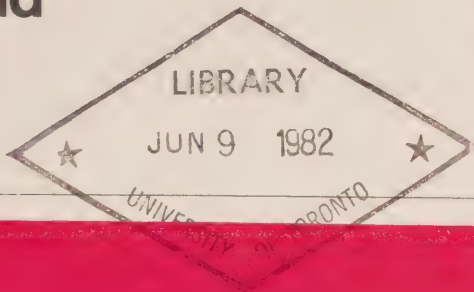
1981		1982				Rayon	N°
September	October	November	December	January	February		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février		
84.91	113.21	114.83	90.55	90.35	100.88	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
133.68	144.11	116.83	74.12	75.53	87.43	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
87.86	109.81	115.07	77.26	82.69	92.90	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
118.61	134.21	127.72	104.86	98.25	85.89	Fourrures	4
96.82	115.53	108.15	86.88	84.01	85.97	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
98.15	116.01	114.30	70.34	75.39	90.00	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
95.33	131.78	133.50	75.77	76.23	83.40	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
86.21	107.95	117.33	100.45	102.08	96.59	Sous-vêtements	8
...	Chapeaux	9
98.87	107.23	106.29	85.09	91.15	89.27	Bas pour dames et fillettes	10
93.15	131.00	137.97	83.24	85.25	89.06	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
96.45	108.10	98.29	87.84	85.79	90.38	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
100.82	124.92	118.18	90.35	78.97	91.54	Vêtements pour hommes	13
98.97	132.06	121.97	75.11	85.05	86.90	Articles d'habillement pour hommes	14
98.86	128.11	121.97	79.70	85.95	95.87	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
96.33	123.87	106.93	85.86	80.99	85.07	Chaussures pour hommes et garçons	16
...	Produits alimentaires et connexes	17
86.92	125.51	135.24	87.15	98.23	84.69	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
85.26	136.75	129.79	93.38	98.43	87.70	Appareils et fournitures photographiques	19
91.99	103.97	98.35	95.23	91.78	96.98	Tissus à la pièce	20
82.04	104.63	106.84	98.25	91.31	97.88	Literie et linge de maison	21
89.61	100.08	96.50	99.89	89.42	88.10	Menus articles	22
91.05	113.66	117.70	106.36	90.18	88.36	Porcelaine et verrerie	23
86.10	101.66	94.58	110.36	103.08	97.67	Revêtements de plancher	24
87.04	103.54	101.03	102.40	95.55	100.29	Tentures, rideaux et housses	25
92.62	116.26	113.05	82.01	85.97	91.00	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
81.90	98.65	98.58	111.80	93.80	96.92	Meubles	27
78.02	99.13	105.40	113.60	102.30	105.72	Gros appareils ménagers	28
85.63	108.91	117.35	104.55	92.83	90.23	Télévision, radio et musique	29
90.51	111.03	114.84	85.76	89.00	92.59	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
...	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
...	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
88.10	117.12	125.69	89.53	87.81	91.56	Bijouterie	33
129.84	178.79	133.45	53.75	83.99	76.98	Jouets et jeux	34
100.39	127.06	114.28	85.47	74.40	81.77	Articles de sport et valises	35
97.25	126.38	122.22	78.49	88.12	84.76	Papeterie, livres et revues	36
...	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
...	Repas et casse-croûtes	38
...	Services et travaux de réparation	39
...	Tous autres rayons	40
93.45	117.89	113.86	89.58	89.21	90.11	TOTAL, TOUS RAYONS	41

LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland
Bowring Bros. Ltd., 281 Water St., St. John's, Newfoundland
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 190 Yonge St., Toronto, Ontario
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario
K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., Lloydminster, Saskatchewan
Ogilvy, Charles, Ltd., 126 Rideau St., Ottawa, Ontario
Ogilvy's, Jas. A., Ltd., St. Catherine St. W., Montréal, Québec
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario
Robinson, The G.W., Co. Ltd., 18 James St., Hamilton, Ontario
Sentry Dep't. Stores Ltd., 110 Adelaide East, Toronto, Ontario
Simpson, The Robert, Co. Ltd., 176 Yonge St., Toronto, Ontario
Simpson Sears Ltd., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
Smith's & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario
Steinberg Inc., Department Store Division, Montréal, Québec
Towers Department Stores Ltd., 110 Orfus Rd., Toronto, Ontario
Woodward Stores (Alta.) Ltd., Edmonton, Alberta
Woodward Stores (B.C.) Ltd., Vancouver, British Columbia
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., Weston, Ontario
Zeller's Ltd., 5250 Decarie Blvd., Montréal, Québec

Department store sales and stocks

March 1982



Ventes et stocks des grands magasins

Mars 1982

Note

This and other government publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores or by mail order.

Mail orders should be sent to Publications Distribution, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V7, or to Publishing Centre, Supply and Services Canada, Ottawa, K1A 0S9.

Inquiries about this publication should be addressed to:

Retail Trade Section,
Merchandising and Services Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V4 (telephone: 996-9304) or to a local Advisory Services office:

St. John's (Nfld.)	(772-4073)
Halifax	(426-5331)
Montréal	(283-5725)
Ottawa	(992-4734)
Toronto	(966-6586)
Winnipeg	(949-4020)
Regina	(359-5405)
Edmonton	(420-3027)
Vancouver	(666-3691)

Toll-free access to the regional statistical information service is provided in Nova Scotia, New Brunswick, and Prince Edward Island by telephoning 1-800-565-7192. Throughout Saskatchewan, the Regina office can be reached by dialing 1(112)-800-667-3524, and throughout Alberta, the Edmonton office can be reached by dialing 1-800-222-6400.

Nota

On peut se procurer cette publication, ainsi que toutes les publications du gouvernement du Canada, auprès des agents autorisés locaux, dans les librairies ordinaires ou par la poste.

Les commandes par la poste devront parvenir à Distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V7, ou à Imprimerie et édition, Approvisionnement et services Canada, Ottawa, K1A 0S9.

Toutes demandes de renseignements sur la présente publication doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division du commerce et des services,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V4 (téléphone: 996-9304) ou à un bureau local des services consultatifs situé aux endroits suivants:

St. John's (T.-N.)	(772-4073)
Halifax	(426-5331)
Montréal	(283-5725)
Ottawa	(992-4734)
Toronto	(966-6586)
Winnipeg	(949-4020)
Régina	(359-5405)
Edmonton	(420-3027)
Vancouver	(666-3691)

On peut obtenir une communication gratuite avec le service régional d'information statistique de la Nouvelle-Écosse, du Nouveau-Brunswick et de l'Île-du-Prince-Édouard en composant 1-800-565-7192. En Saskatchewan, on peut communiquer avec le bureau régional de Regina en composant 1(112)-800-667-3524, et en Alberta avec le bureau d'Edmonton au numéro 1-800-222-6400.

Statistics Canada
Merchandising and Services Division
Retail Trade Section

Statistique Canada
Division du commerce et des services
Section du commerce de détail

Department store sales and stocks

March 1982

Ventes et stocks des grands magasins

Mars 1982

Published under the authority of
the Minister of Supply and
Services Canada

Statistics Canada should be credited when
reproducing or quoting any part of this document

© Minister of Supply
and Services Canada 1982

June 1982
5-3406-503

Price: Canada, \$3.00, \$30.00 a year
Other Countries, \$3.60, \$36.00 a year

Catalogue 63-002, Vol. 47, No. 3

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

Reproduction ou citation autorisée sous réserve
d'indication de la source: Statistique Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1982

Juin 1982
5-3406-503

Prix: Canada, \$3.00, \$30.00 par année
Autres pays, \$3.60, \$36.00 par année

Catalogue 63-002, vol. 47, n° 3

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or, in this publication less than half unit expressed.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM staff, Current Economic Analysis Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-995-7406), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou, dans la présente publication, inférieur à la moitié de l'unité exprimée.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) sur de nombreuses autres séries, par le biais terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour de renseignements, s'adresser au personnel CANSIM, Division de l'analyse de conjoncture, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-995-7406), ou aux conseillers régionaux bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	vii
Definitions	viii
Methodology	ix
Data Reliability	x
Non-sampling Errors	x
Non-sampling Error Measures	xi
Seasonal Adjustment	xiii
Explanatory Notes	xiv
Charts	
1. Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982	xvi
2. Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982	xvi
3. Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1980-1982	xvii
4. Department Store Sales, Provincial Distribution, 1981 and 1982	xviii
Highlights	xix
Table	
1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982	2
2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982	4
3. Department Store Monthly Sales, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	6

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	vii
Définitions	viii
Méthodologie	ix
Fiabilité des données	x
Erreurs non liées à l'échantillonnage	x
Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage	xi
Désaisonnalisation	xiii
Notes explicatives	xiv
Graphiques	
1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1980-1982	xvi
2. Stocks des grands magasins, par mois, non- désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1980-1982	xvi
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail, par mois, Canada, 1980-1982	xvii
4. Ventes des grands magasins, distribution provinciale, 1981 et 1982	xviii
Points saillants	xix
Tableau	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	2
2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1981 et 1982	4
3. Ventes mensuelles des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	6

TABLE OF CONTENTS - Continued

	Page
Table	
4. Number of Department Store Locations, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	6
5. Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982	8
6. Department Store Cumulative Sales, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	9
7. Department Store Monthly Sales as a Percentage of Total Retail Trade, by Province, 1981 and 1982	9
8. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1981 and 1982	10
9. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982	12
10. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982	14
11. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982	16
12. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1980-1982	18
13. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982	18
14. Department Store Sales, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1982 and 1983	20
15. Department Store Stocks, MCD and Seasonal Factors, 1982 and 1983	22
16. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, Revised, 1981	26
17. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, Revised, 1981	28
18. Department Store Monthly Sales, by Province and Selected Metropolitan Area, Revised, 1981	30

TABLES DES MATIÈRES - suite

Tableau
4. Nombre de points de vente des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982
5. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982
6. Ventes cumulatives des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982
7. Proportions procentuelles mensuelles des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province, 1981 et 1982
8. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982
9. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1981 et 1982
10. Rapports mensuels stocks-ventes, des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982
11. Rapports mensuels ventes-stocks, des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982
12. Montants à recevoir, non ajustés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982
13. Montants à recevoir, désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982
14. Ventes des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1982 et 1983
15. Stocks des grands magasins, MDC et coefficients de corrections des variations saisonnières, 1982 et 1983
16. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, révisées, 1981
17. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, révisées, 1981
18. Ventes mensuelles des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines, révisées, 1981

TABLE OF CONTENTS - Concluded

	Page
Number of Department Store Locations, by Province and Selected Metropolitan Area, Revised, 1981	30
Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, Revised, 1980	34
Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, Revised, 1981	36
Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, Revised, 1980	38
Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, Revised, 1981	40
List of Department Store Organizations	42
Selected Publications	43

TABLES DES MATIÈRES - fin

	Page
19. Nombre de points de vente des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines, révisées, 1981	30
20. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, révisées, 1980	34
21. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, révisées, 1981	36
22. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, révisées, 1980	38
23. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, révisées, 1981	40
Liste des organisations des grands magasins	42
Choix de publications	43

INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services. A List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Merchandising and Services Division, to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments", however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets for the purpose of this publication is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or plan planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a total unit; that is, it competes in the market as one structure, rather than as a number of smaller stores.

INTRODUCTION

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division du commerce et des services. (Bien que le recensement mesure également les activités des "établissements", cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement unique et non comme un regroupement de petits magasins.

Definitions

Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics. It must sell the following general lines of merchandise:

Family clothing and apparel. This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least six of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

Furniture, appliance and home furnishings. This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least four of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

All other (miscellaneous). This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, **such as:** toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at

Définitions

Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes:

Vêtements pour la famille. Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; articles d'habillement pour hommes; vêtements et articles d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins six des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou articles d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20% des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe de vêtements pour la famille.

Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager. Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine; verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de séjour, salle à manger ou chambre à coucher; appareils, télévision, radio et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins quatre des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les meubles (de bois ou rembourrés pour salle de séjour et (ou) salle de manger et (ou) chambre à coucher). Au moins 10 % des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

Tous autres articles (divers). Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus, **telles que:** articles de toilette, cosmétiques; médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus articles; bijouterie; articles de sport et valises; papeterie, livres et revues; et aliments.

least **three** different commodity lines with not one of these lines representing more than 50% of the **total** store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

Total net sales and receipts are defined as the total sales of new used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

Stocks are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or as at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

Accounts receivable are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

Methodology

The **monthly sales values**, published at the Canada, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The **monthly sales values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdown of sales. The percentage distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada **sales total** in order to provide an **estimate of sales by department** at the Canada level.

Nota: Le magasin doit tenir au moins **trois** des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50% des ventes **globales** du magasin. Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

Les **ventes et recettes nettes totales** sont définies comme le total des ventes de marchandises neuves usagées et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

Les **stocks** englobent la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

Par **comptes à recevoir** on entend les comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dus en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

Méthodologie

Le **chiffre des ventes mensuelles**, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des sociétés de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100%, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le **chiffre des ventes mensuelles par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes. La répartition en pourcentage des ventes par rayon obtenues auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des **ventes totales** pour le pays afin d'établir une **estimation des ventes par rayon** pour l'ensemble du Canada.

The monthly stock values by department, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sale ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The monthly accounts receivable values, published at the Canada level, are based on a panel of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

Data Reliability

Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

Data response error. This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

Non-response error. Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the

Le chiffre des stocks mensuels par rayon publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le chiffre des comptes à recevoir mensuel pour l'ensemble du pays provient des sociétés de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtes retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.

Fiabilité des données

Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ couvert par l'enquête. L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou aux variations, d'un interviewer à l'autre et selon le mode de communication retenu, dans l'explication des questions et dans l'interprétation des réponses.

La non-réponse. Certains enquêtés refusent de répondre, d'autres en sont incapables et d'autres encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur

non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

Processing error. These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error. Two response measures are derived, namely, the **response rate**, which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data.

The units used in the Department Store Sales and Stocks Survey for derivation of the response rate is based on (1) the survey unit - the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations and (2) the organizational unit - the department store firm (company) themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in Ontario would be considered as one survey unit and one organizational unit while a firm reporting for five stores in Vancouver, in British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as three survey units but only one organizational unit.

non-répondants, si elles existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

Le traitement. L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. S'agissant des estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreur. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) les unités d'enquête - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) les unités organisationnelles - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'enquête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example, a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins. Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités organisationnelles dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités représentent \$8 millions sur l'estimation publiée de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation, dans un tel cas, il faudrait tenir compte de deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1982
March

TABEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1982
Mars

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	99.1	96.0	99.9
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	60.0	89.5
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	44.0	67.0
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	88.2	99.8

Seasonal Adjustment

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through times." (1) In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristics behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal (variations) and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method (2) to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the analysis and essentially consists of adding one year of raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these iterations have been repeated several times. (3)

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements; to get a better

1) "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," **Canada Statistical Review**, August 1974.

2) For further information see the **X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method**, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

3) See next page.

Désaisonnalisation

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps" (1). L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles; la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les **variations saisonnières** sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI (2) afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur l'analyse. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolation prospective et retrospective réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressif à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises (3).

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent être de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure

(1) La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la **Revue statistique du Canada**, Août 1974.

(2) Pour plus ample information voir **La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI**, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, no. 12-564F au catalogue, hors série.

(3) Voir page suivante.

idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.(3) The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness, whatever the size of the irregular component in the original series.

Explanatory Notes

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios(4) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stocks ratios(5) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas of Montréal, Toronto, Winnipeg and Vancouver are census metropolitan areas as defined by the 1971 Census.

(3) See Tables 14 and 15.

(4) See Table 10.

(5) See Table 11.

idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, ils disposent des mois à dominance cyclique, ou MDC.(3) Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieure à l'unité; autrement dit, c'est la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable et indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées dont la période est égale au MCD tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MCD permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Notes explicatives

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication est fondée sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elle tient compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elle ne se limite pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient les ratios stocks-ventes(4) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks(5) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines de Montréal, Toronto, de Winnipeg et de Vancouver correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1971.

(3) Voir les tableaux 14 et 15.

(4) Voir tableau 10.

(5) Voir tableau 11.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current publication is based on.

La liste de référence des marchandises, qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

Les chiffres révisés des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif II donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

TEXT TABLE II. Number of Shopping Days, by Month, 1981 and 1982

TABEAU EXPLICATIF II. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1981 et 1982

	1982		1981	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	25	5	26	5
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	27	4	26	5
April - Avril	25	4	25	4
May - Mai	26	5	26	5
June - Juin	26	4	26	4
July - Juillet	26	5	26	4
August - Août	26	4	25	4
September - Septembre	25	4	25	5
October - Octobre	25	5	26	4
November - Novembre	26	4	25	5
December - Décembre	26	3	26	4

Chart — 1
Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982
Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1980-1982

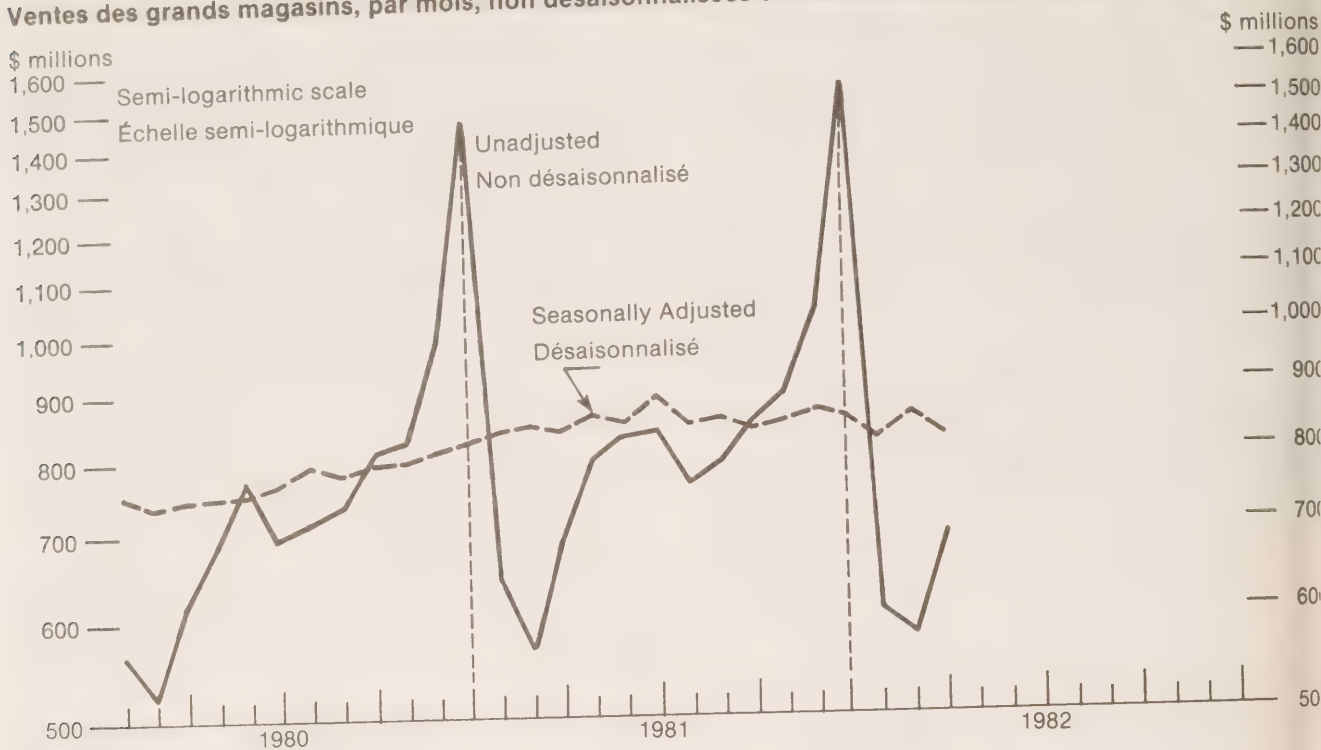
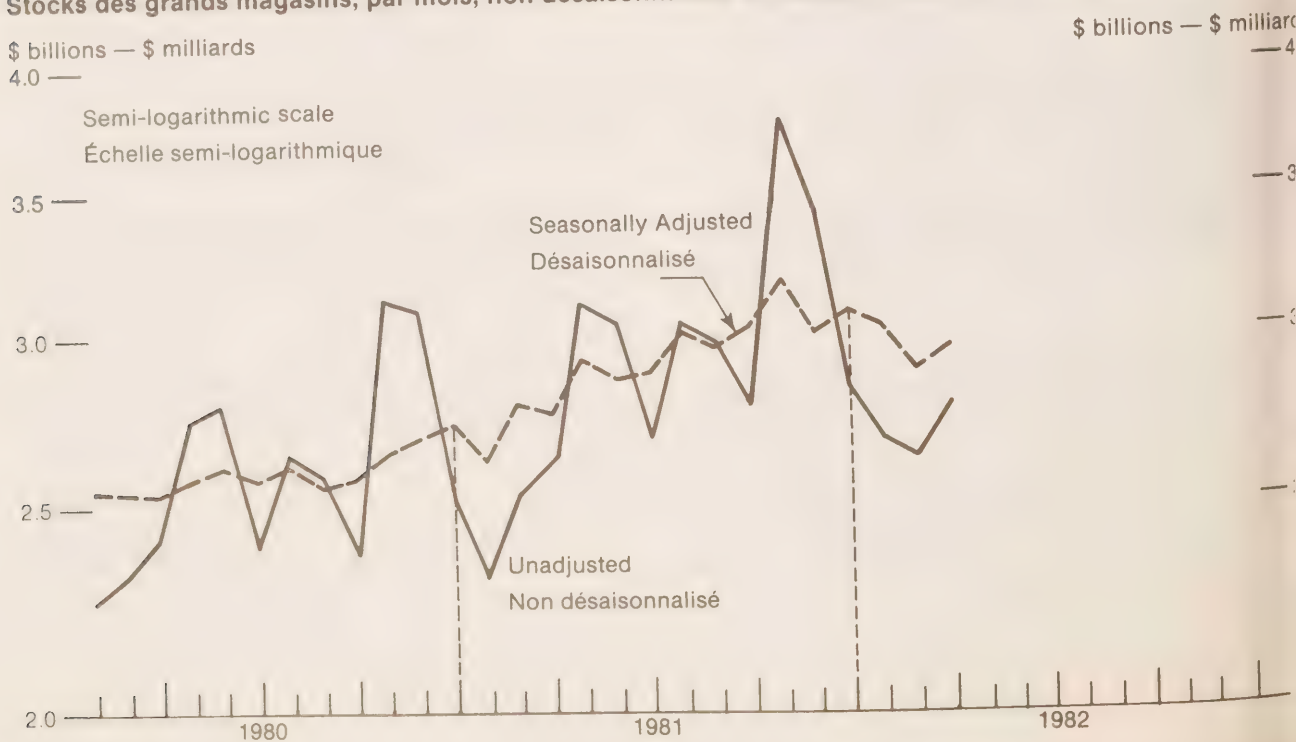


Chart — 2
Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982
Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1980-1982

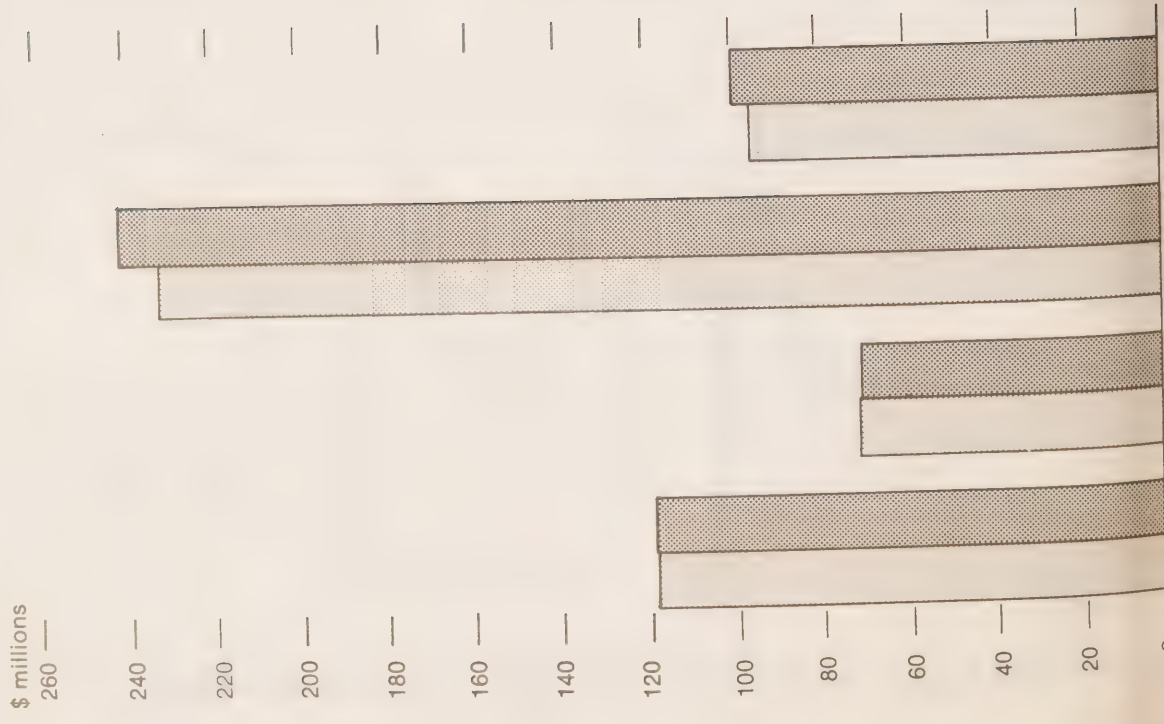


Graphique — 3

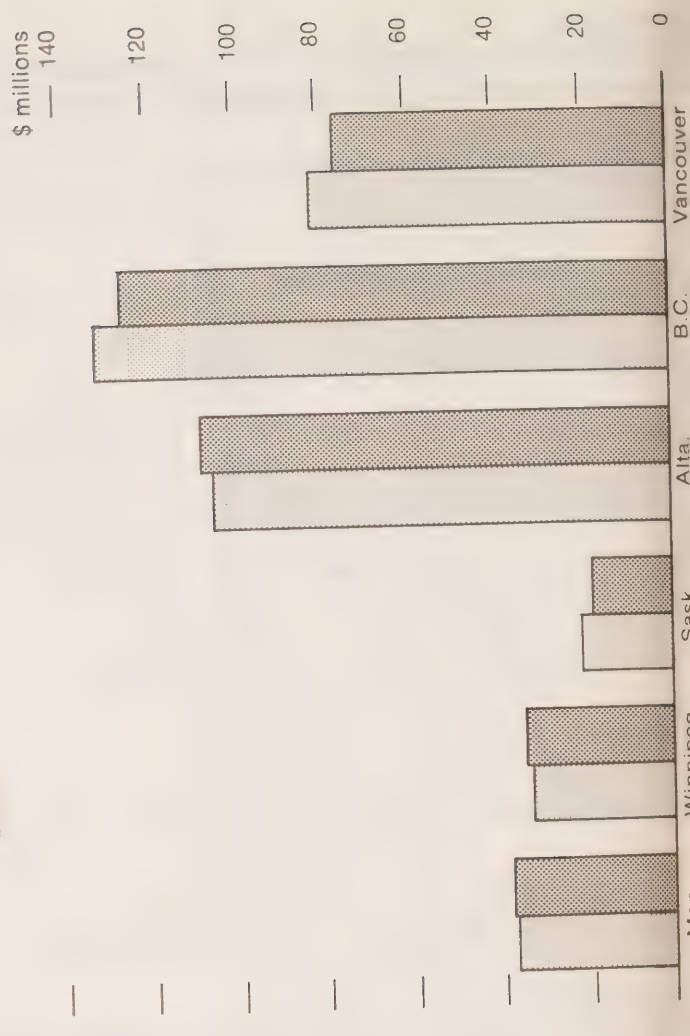
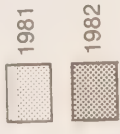


Chart — 4
Department Store Sales, Provincial Distribution
Ventes des grands magasins, distribution provinciale

March — Mars
1981, 1982



Legend — Légende



HIGHLIGHTS

Department stores sales without seasonal adjustment, during March 1982, totalled \$694.4 million in Canada, a slight increase of 0.8% over March 1981. Major decreases were registered in furniture (- 18.2%), major appliances (- 15.4%) and piece goods (- 12.8%) while furs (83.1%), repair and services (31.1%) and toiletries, cosmetics and drugs (11.5%) were the departments with the most notable increases.

All provinces except for Newfoundland (- 0.6%), Saskatchewan (- 9.4%) and British Columbia (- 4.9%) recorded increased department store sales compared to last year. The increases ranged from 0.2% in Quebec to 4.4% in Prince Edward Island. The four metropolitan areas registered the following year to year changes; Montreal (- 0.2%); Toronto (- 3.8%); Winnipeg (1.4%) and Vancouver (- 5.9%).

Seasonally adjusted sales decreased 3.9% from February 1982 to \$822.5 million and 21 of the 40 departments showed a decrease over the previous month.

Total sales of department stores for the first quarter of the year reached \$1,872.4 million, which is a decrease of 1.5% from the \$1,901.3 million recorded in March 1981.

The selling value of inventories without seasonal adjustment went up by 6.0% to 2,784.0 million from March 1981. The same figure adjusted for seasonal variations showed an increase of 1.3% compared to February 1982 and totalled \$2,920.7 million.

There were 788 department store locations operating in Canada during the month of March 1982, four more than in February 1982 and 34 more than in March 1981.

Total department store sales accounted for 9.3% of total retail trade in Canada down from 9.7% in March 1981.

POINTS SAILLANTS

Durant le mois de mars 1982, les ventes des grands magasins sans ajustements saisonniers ont augmenté légèrement de 0.8% par rapport au mois de mars 1981 pour totaliser 694.4 millions de dollars. Les baisses les plus importantes ont été enregistrées dans les départements de meubles (- 18.2%), de gros appareils ménagers (- 15.4%) et de tissus à la pièce (- 12.8%) alors que les fourrures (83.1%), les services et travaux de réparation (31.1%) et les articles de toilettes, cosmétiques et médicaments (11.5%) ont été les départements signalant les hausses les plus notables.

Toutes les provinces sauf Terre-Neuve (- 0.6%), la Saskatchewan (- 9.4%) et la Colombie-Britannique (- 4.9%) ont rapporté des chiffres des ventes des grands magasins accrus par rapport à l'année dernière, les hausses variant de 0.2% au Québec à 4.4% pour l'Île-du-Prince-Édouard. Les quatre zones métropolitaines ont enregistré les changements suivants par rapport à l'année dernière: Montréal (- 0.2%); Toronto (3.8%); Winnipeg (1.4%) et Vancouver (- 5.9%).

Les ventes désaisonnalisées ont diminué de 3.9% par rapport au mois de février et se sont chiffrées à 822.5 millions de dollars. Des 40 départements, 21 ont montré des diminutions de ventes par rapport au mois précédent.

Les ventes des grands magasins pour le premier semestre de l'année ont atteint \$1,872.4 millions de dollars, soit 1.5% de moins que les 1,901.3 millions de dollars rapportés en mars 1981.

La valeur marchande des inventaires sans ajustement saisonnier a augmenté de 6.0% de mars 1981 à mars 1982 et se chiffre à 2,784.0 millions de dollars. Les stocks désaisonnalisés ont quant à eux augmenté de 1.3% comparativement à février 1982 pour totaliser 2,920.7 millions de dollars.

Il y avait 788 points de vente des grands magasins en opération au Canada pendant le mois de mars 1982, 4 de plus qu'en février 1982 et 34 de plus qu'en mars 1981.

L'ensemble des ventes des grands magasins a contribué à 9.3% du total du commerce de détail au Canada, c'est-à-dire, une baisse par rapport au 9.7% mesuré en mars 1981.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982

		1982			1981 ¹				
Department		January	February	March	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		thousands of dollars							
		milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,164	10,515	13,752	13,800	18,144	21,305	18,920	16,176
2	Women's and misses' coats and suits	10,424	9,982	14,248	14,528	13,825	8,038	5,641	6,968
3	Women's and misses' sportswear	25,164	29,081	39,553	38,924	45,461	48,565	45,732	40,102
4	Furs	4,191	3,399	2,942	1,607	665	1,004	505	1,373
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	15,429	15,318	19,462	17,920	22,565	20,105	19,912	20,064
6	Girls' and teenage girls' wear	7,450	9,932	15,209	14,378	15,654	14,453	14,266	12,514
7	Lingerie and women's sleepwear	8,947	10,269	12,327	11,417	13,930	15,649	15,125	14,883
8	Intimate apparel	6,663	6,620	8,473	8,439	9,835	10,080	10,016	9,121
9	Millinery	1,362	892	912	835	1,080	889	861	880
10	Women's and girls' hosiery	7,532	6,687	8,687	8,287	9,571	8,801	7,813	6,326
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	8,098	7,850	10,661	10,865	13,035	12,908	11,946	10,100
12	Women's, misses' and children's footwear	12,965	11,946	19,399	20,786	24,252	23,659	21,787	17,647
13	Men's clothing	22,428	20,974	31,839	31,761	33,448	32,365	35,446	25,607
14	Men's furnishings	21,340	20,470	26,494	25,641	28,996	30,041	40,929	28,538
15	Boys' clothing and furnishings	6,041	6,080	9,159	8,733	11,271	9,899	9,065	8,615
16	Men's and boys' footwear	9,287	7,882	11,630	12,973	16,099	15,262	15,587	11,922
17	Food and kindred products	48,298	56,337	50,655	45,641	55,578	55,032	48,421	48,828
18	Toiletries, cosmetics and drugs	33,472	33,602	38,125	34,202	37,342	39,145	37,746	37,578
19	Photographic equipment and supplies	9,033	7,960	9,824	9,610	11,099	11,938	14,265	13,638
20	Piece goods	3,866	3,848	4,921	5,646	5,513	5,080	4,476	3,600
21	Linens and domestics	23,688	14,543	18,188	17,719	20,850	22,140	23,721	26,971
22	Smallwares and notions	8,695	7,079	7,396	7,705	7,832	6,611	6,649	7,182
23	China and glassware	7,319	7,485	9,533	9,185	10,292	11,273	11,150	10,887
24	Floor coverings	9,052	9,638	11,828	12,774	12,964	13,189	12,783	12,872
25	Draperies, curtains and furniture coverings	9,524	9,312	13,646	13,266	15,226	15,506	16,259	16,972
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,078	5,584	7,019	7,279	8,084	7,691	7,786	8,524
27	Furniture	37,565	31,181	35,745	43,708	43,366	50,772	62,374	47,539
28	Major appliances	35,255	27,544	31,403	37,101	39,540	42,711	56,733	45,413
29	Television, radio and music	27,745	23,480	29,072	27,023	27,020	26,041	26,238	29,586
30	Housewares and small electrical appliances	22,897	25,215	24,140	22,978	28,984	32,769	31,318	31,439
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	21,155	20,257	20,568	21,129	29,065	34,404	31,872	26,987
32	Plumbing, heating and building materials	6,267	6,404	7,385	8,011	10,266	11,568	10,613	9,805
33	Jewellery	9,668	11,294	15,407	15,011	17,815	20,026	19,008	16,523
34	Toys and games	6,915	7,822	9,712	9,326	13,502	11,198	11,544	12,997
35	Sporting goods and luggage	19,872	16,080	21,002	21,135	28,348	32,164	35,210	30,782
36	Stationery, books and magazines	17,447	18,133	18,481	17,389	19,520	19,991	19,964	18,478
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	16,159	12,756	15,203	14,887	17,924	17,922	17,772	18,152
38	Meals and lunches	18,314	18,418	20,083	19,223	19,606	20,716	20,420	20,346
39	Repairs and services	6,410	6,319	7,739	5,902	5,965	6,060	6,494	6,465
40	All other departments	19,900	19,718	22,625	21,974	30,063	35,911	29,567	25,343
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	600,079	577,906	694,447	688,718	793,595	822,881	835,934	757,743

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1981 ^r							Rayon	N°
August	September	October	November	December	March/ February 1982	March 1982/1981		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mars/ février 1982	Mars 1982/1981		
Thousands of dollars								
milliers de dollars								
per cent								
pourcentage								
15,317	16,936	16,142	18,422	22,884	+ 30.8	- 0.3	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
15,494	19,572	25,445	21,348	23,825	+ 42.7	- 1.9	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
44,891	59,595	50,485	52,641	69,579	+ 36.0	+ 1.6	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
2,230	2,798	3,621	4,534	6,983	- 13.4	+ 83.1	Fourrures	4
23,446	24,474	25,353	25,821	36,141	+ 27.1	+ 8.6	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
22,716	18,164	16,397	17,935	25,080	+ 53.1	+ 5.8	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
12,556	15,275	16,573	23,931	43,194	+ 20.0	+ 8.0	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
9,005	9,595	8,636	9,500	13,078	+ 28.0	+ 0.4	Sous-vêtements	8
896	1,473	2,140	3,123	4,010	+ 2.2	+ 9.2	Chapeaux	9
7,371	10,671	10,951	10,687	15,610	+ 29.9	+ 4.8	Bas pour dames et fillettes	10
11,465	16,622	16,610	21,370	35,269	+ 35.8	- 1.9	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
22,092	28,658	28,312	26,357	31,285	+ 62.4	- 6.7	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
31,640	41,066	42,075	50,138	68,653	+ 51.8	+ 0.2	Vêtements pour hommes	13
28,001	36,211	37,555	56,257	100,910	+ 29.4	+ 3.3	Articles d'habillement pour hommes	14
16,358	11,823	11,728	13,650	22,276	+ 50.6	+ 4.9	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
14,047	17,229	17,180	17,883	23,428	+ 47.6	- 10.4	Chaussures pour hommes et garçons	16
55,663	47,841	55,883	66,405	76,484	- 10.1	+ 11.0	Produits alimentaires et connexes	17
37,900	39,387	42,986	50,464	100,618	+ 13.5	+ 11.5	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
14,569	12,616	12,975	16,610	32,243	+ 23.4	+ 2.2	Appareils et fournitures photographiques	19
4,549	5,690	6,016	6,187	4,614	+ 27.9	- 12.8	Tissus à la pièce	20
23,561	25,639	25,067	25,239	39,579	+ 25.1	+ 2.6	Literie et linge de maison	21
7,461	10,315	10,730	10,040	12,613	+ 4.5	- 4.0	Menus articles	22
9,777	11,956	11,195	18,302	36,117	+ 27.4	+ 3.8	Porcelaine et verrerie	23
11,386	12,251	14,107	13,977	12,290	+ 22.7	- 7.4	Revêtements de plancher	24
14,236	14,883	15,941	15,915	17,810	+ 46.5	+ 2.9	Tentures, rideaux et housses	25
8,016	8,705	9,260	13,027	20,351	+ 25.7	- 3.6	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
38,121	44,423	42,264	41,444	42,258	+ 14.6	- 18.2	Meubles	27
37,682	39,370	41,557	38,119	43,404	+ 14.0	- 15.4	Gros appareils ménagers	28
29,703	32,669	35,881	45,607	70,145	+ 23.8	+ 7.6	Télévision, radio et musique	29
30,838	29,300	34,345	42,506	75,242	- 4.3	+ 5.1	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
24,812	23,797	27,037	26,870	37,750	+ 1.5	- 2.7	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
9,067	9,035	10,484	9,390	9,361	+ 15.3	- 7.8	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
17,329	22,176	19,318	33,420	67,772	+ 36.4	+ 2.6	Bijouterie	33
12,622	12,222	21,265	47,726	76,866	+ 24.2	+ 4.1	Jouets et jeux	34
24,928	22,802	23,452	28,382	53,741	+ 30.6	- 0.6	Articles de sport et valises	35
27,279	26,339	23,250	31,925	60,674	+ 1.9	+ 6.3	Papeterie, livres et revues	36
17,457	16,088	22,472	22,668	23,007	+ 19.2	+ 2.1	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
20,783	20,406	21,913	23,161	30,894	+ 9.0	+ 4.5	Repas et casse-croûtes	38
6,104	6,924	8,267	9,569	9,607	+ 22.5	+ 31.1	Services et travaux de réparation	39
25,124	23,394	27,681	25,948	47,040	+ 14.7	+ 3.0	Tous autres rayons	40
16,492	848,390	892,549	1,036,498	1,542,685	+ 20.2	+ 0.8	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982(1)

Department	1982			1981 ²			
	January ²	February ²	March	March	April	May	June
	Janvier ²	Février ²	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin
	thousands of dollars						
	milliers de dollars						
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	14,163	15,946	15,838	16,227	16,844	16,221	16,355
2 Women's and misses' coats and suits	13,713	14,589	13,722	13,890	14,072	14,262	14,154
3 Women's and misses' sportswear	42,070	45,503	44,678	45,341	46,745	44,116	46,356
4 Furs	2,389	2,941	4,384	2,515	2,565	5,282	3,039
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	22,067	22,678	22,795	21,354	22,742	21,375	23,029
6 Girls' and teenage girls' wear	14,602	16,246	16,660	16,178	16,041	15,693	16,046
7 Lingerie and women's sleepwear	16,658	17,529	16,733	16,149	16,825	16,150	16,843
8 Intimate apparel	8,521	9,448	9,088	9,254	9,238	9,181	9,125
9 Millinery	1,664	1,607	1,584	1,507	1,496	1,345	1,429
10 Women's and girls' hosiery	9,274	9,193	9,425	9,149	9,200	8,931	9,109
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	13,903	13,671	13,835	14,611	15,002	14,166	14,640
12 Women's, misses' and children's footwear	21,301	21,664	21,554	23,617	22,595	22,246	22,915
13 Men's clothing	35,418	35,391	34,313	35,563	36,432	37,141	36,711
14 Men's furnishings	36,817	37,638	38,181	37,252	38,007	37,576	39,097
15 Boys' clothing and furnishings	11,118	11,247	10,789	10,598	11,797	11,388	11,234
16 Men's and boys' footwear	14,921	13,474	13,625	15,532	14,964	15,010	15,042
17 Food and kindred products	57,722	58,254	54,223	50,499	53,740	53,041	54,213
18 Toiletries, cosmetics and drugs	43,859	44,698	45,338	41,406	41,631	42,496	42,985
19 Photographic equipment and supplies	12,906	13,437	13,472	13,467	13,676	13,973	14,521
20 Piece goods	4,540	4,496	4,513	5,306	5,190	4,783	4,899
21 Linens and domestics	23,374	23,461	23,599	23,482	24,804	24,639	25,237
22 Smallwares and notions	8,137	8,370	8,061	8,526	8,451	8,378	8,671
23 China and glassware	11,040	12,597	13,004	12,873	13,130	12,730	13,503
24 Floor coverings	11,128	11,772	12,050	13,371	13,279	13,101	13,272
25 Draperies, curtains and furniture coverings	12,506	13,689	14,722	14,631	14,344	14,910	15,517
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8,332	8,446	8,456	9,026	9,073	9,452	9,708
27 Furniture	35,723	41,685	37,845	48,008	47,524	47,917	62,366
28 Major appliances	36,745	39,250	34,912	42,207	44,472	41,583	56,182
29 Television, radio and music	31,672	33,566	34,122	32,725	34,316	34,506	36,742
30 Housewares and small electrical appliances	33,891	35,473	31,982	31,492	33,907	33,806	34,887
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	29,427	30,240	25,797	27,043	27,943	27,829	28,065
32 Plumbing, heating and building materials	8,621	9,208	8,680	9,420	9,407	8,978	8,797
33 Jewellery	20,439	21,516	22,048	22,045	22,262	22,603	22,539
34 Toys and games	20,232	20,704	19,644	19,468	20,445	18,420	19,985
35 Sporting goods and luggage	27,541	28,343	29,584	30,597	28,449	28,393	28,287
36 Stationery, books and magazines	23,204	26,300	24,443	23,796	24,739	24,457	24,624
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	21,234	18,706	17,672	17,338	17,090	17,631	17,890
38 Meals and lunches	21,392	23,043	21,027	20,640	20,817	21,460	21,234
39 Repairs and services	7,458	8,046	8,330	6,496	6,678	6,372	6,492
40 All other departments	28,491	29,121	26,756	26,564	27,568	25,980	26,236
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	814,939	856,240	822,512	837,388	859,260	847,868	891,988

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the total all departments.

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1981 et 1982(1)

1981 ¹						Change - Variation			
July	August	September	October	November	December	March/ February 1982			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mars/ février 1982	Rayon		
Thousands of dollars						per cent			N ^o
milliers de dollars						pourcentage			
16,804	16,483	16,500	16,451	18,011	16,247	- 0.7			
14,736	14,773	14,888	15,387	14,482	14,861	- 5.9	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles		1
45,759	46,103	47,500	47,015	47,204	46,188	- 1.8	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles		2
2,764	2,360	2,608	2,958	2,618	3,012	+ 49.1	Vêtements sport pour dames et jeunes filles		3
22,347	22,212	21,831	22,050	22,652	22,649	+ 0.5	Fourrures		4
							Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants		5
15,729	16,203	15,655	15,555	15,744	15,772	+ 2.5			
16,673	16,778	16,868	17,074	17,562	16,980	- 4.5	Vêtements de fillettes et d'adolescentes		6
8,986	9,281	9,162	9,363	9,907	9,318	- 3.8	Lingerie et vêtements de nuit pour dames		7
1,391	1,474	1,593	1,494	1,582	1,622	- 1.4	Sous-vêtements		8
8,983	8,981	9,248	9,319	9,456	9,463	+ 2.5	Chapeaux		9
							Bas pour dames et fillettes		10
14,543	15,201	15,647	15,444	14,769	14,421	+ 1.2			
23,308	22,490	22,486	22,325	22,310	22,793	- 0.5	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes		11
36,221	37,741	37,343	36,231	36,586	36,127	- 3.0	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants		12
37,697	38,125	39,109	38,334	38,239	37,597	+ 1.4	Vêtements pour hommes		13
11,183	11,463	11,321	11,060	11,574	11,623	- 4.1	Articles d'habillement pour hommes		14
							Vêtements et articles d'habillement pour garçons		15
14,325	15,435	15,104	15,010	15,293	14,691	+ 1.1			
54,427	55,728	54,805	56,008	58,608	55,417	- 6.9	Chaussures pour hommes et garçons		16
42,816	43,629	44,527	44,308	45,253	45,403	+ 1.4	Produits alimentaires et connexes		17
							Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments		18
13,524	14,639	13,981	14,279	14,757	13,570	+ 0.3	Appareils et fournitures photographiques		19
4,772	4,962	4,922	4,927	5,461	4,779	+ 0.4	Tissus à la pièce		20
24,538	24,306	23,229	24,028	23,785	24,195	+ 0.6			
8,591	8,821	8,870	9,146	8,634	8,409	- 3.7	Literie et linge de maison		21
13,128	12,413	12,688	13,012	13,302	13,203	+ 3.2	Menus articles		22
12,718	12,320	11,762	11,513	11,714	11,844	+ 2.4	Porcelaine et verrerie		23
15,331	15,056	14,221	14,297	14,748	15,093	+ 7.5	Revêtements de plancher		24
							Tentures, rideaux et housses		25
9,764	9,264	9,023	9,191	9,561	9,227	+ 0.1			
39,746	38,076	41,864	41,131	41,434	42,581	- 9.2	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison		26
37,315	36,616	35,701	38,662	38,521	39,495	- 11.1	Meubles		27
34,453	33,152	29,713	33,400	35,337	33,219	+ 1.7	Gros appareils ménagers		28
32,603	33,939	32,045	36,572	35,479	34,190	- 9.8	Télévision, radio et musique		29
							Articles de ménage et petits appareils élec- triques		30
27,708	27,133	24,926	24,176	26,263	26,943	- 14.7			
8,789	9,785	8,816	9,412	9,655	9,496	- 5.7	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.		31
2,019	22,676	23,086	22,738	24,391	22,034	+ 2.5	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction		32
0,041	21,092	20,683	20,450	21,067	20,522	- 5.1	Bijouterie		33
8,000	28,756	28,118	27,663	27,072	27,918	+ 4.4	Jouets et jeux		34
							Articles de sport et valises		35
4,543	25,556	25,212	25,706	25,325	26,059	- 7.1			
8,017	19,160	17,841	18,370	18,508	16,870	- 5.5	Papeterie, livres et revues		36
0,811	20,864	21,221	21,118	21,225	21,341	- 8.7	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures		37
7,103	6,934	6,989	7,168	7,306	7,251	+ 3.5	Repas et casse-croûtes		38
6,485	27,621	28,528	28,812	28,477	29,675	- 8.1	Services et travaux de réparation		39
2,770	848,742	839,130	845,669	866,384	851,917	- 3.9	Tous autres rayons		40
							TOTAL, TOUS RAYONS		41

¹) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 3. Department Store Monthly Sales, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

TABLE 3. Department Store Monthly Sales by Province and Selected Metropolitan Areas									
Province and selected metropolitan area		1982			1981 ^F				
		January	February	March	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		thousands of dollars							
		milliers de dollars							
1	Newfoundland	5,603	5,825	7,660	7,708	9,226	9,320	9,712	8,718
2	Prince Edward Island	3,311	2,956	3,744	3,273	4,317	4,316	4,973	5,306
3	Nova Scotia	12,967	13,146	16,382	15,077	20,085	19,956	20,309	18,841
4	New Brunswick	10,210	10,191	13,040	12,436	17,078	16,220	16,612	14,786
5	Quebec	106,158	98,370	118,529	118,332	144,957	155,061	145,497	136,094
6	Ontario	209,112	204,722	241,668	232,652	278,621	290,044	307,791	258,624
7	Manitoba	28,921	29,484	37,860	37,528	40,614	40,472	40,104	39,781
8	Saskatchewan	15,630	15,984	19,564	21,595	22,961	23,703	22,475	21,182
9	Alberta	94,682	89,528	107,825	105,574	112,504	118,234	121,475	113,759
10	British Columbia	111,571	105,658	125,556	132,072	140,829	142,628	143,632	137,567
11	Yukon and Northwest Territories	1,913	2,042	2,620	2,473	2,403	2,928	3,355	3,086
12	CANADA	600,079	577,906	694,447	688,718	793,595	822,881	835,934	757,743
13	Montréal	65,774	60,945	72,444	72,566	89,513	94,310	87,708	82,737
14	Toronto	87,801	86,224	99,286	95,652	113,130	118,197	126,725	104,611
15	Winnipeg	26,332	26,800	34,351	33,866	36,738	36,502	35,752	35,830
16	Vancouver	68,830	64,243	76,470	81,280	86,254	85,943	86,143	81,407

TABLE 4. Number of Department Store Locations, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

No.	Province and selected metropolitan area	1982		1981 ^F				
		January	February	March	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin
		number - nombre						
1	Newfoundland	15	14	14	15	15	15	15
2	Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7	7
3	Nova Scotia	30	30	30	29	30	30	30
4	New Brunswick	27	26	26	26	26	26	26
5	Quebec	163	163	164	161	161	162	160
6	Ontario	294	294	296	285	286	286	286
7	Manitoba	37	37	38	37	37	37	37
8	Saskatchewan	26	26	26	26	26	26	26
9	Alberta	82	82	82	65	66	67	68
10	British Columbia	99	98	98	96	96	96	96
11	Yukon and Northwest Territories	7	7	7	7	7	7	7
12	CANADA	787	784	788	754	757	759	758
13	Montréal	80	80	80	80	80	80	80
14	Toronto	86	86	87	84	84	84	84
15	Winnipeg	29	29	30	29	29	29	29
16	Vancouver	40	39	39	40	40	40	40

TABLEAU 3. Ventes mensuelles des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1981 ^r					Change - Variation		Province et certaines zones métropolitaines	NO
August	September	October	November	December	March/ February 1982	March 1982/1981		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mars/ février 1982	Mars 1982/1981		
thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
10,385	9,526	10,454	13,146	19,400	+ 31.5	- 0.6	Terre-Neuve	1
4,949	4,808	4,488	5,360	8,511	+ 26.7	+ 14.4	Île-du-Prince-Édouard	2
20,934	19,599	21,763	29,060	45,534	+ 24.6	+ 8.7	Nouvelle-Écosse	3
16,560	16,995	18,438	23,618	34,022	+ 28.0	+ 4.9	Nouveau-Brunswick	4
143,954	146,869	159,355	176,644	264,152	+ 20.5	+ 0.2	Québec	5
267,875	301,967	312,584	364,788	562,418	+ 18.0	+ 3.9	Ontario	6
38,840	44,651	45,423	54,511	76,621	+ 28.4	+ 0.9	Manitoba	7
21,490	22,636	25,556	30,263	42,556	+ 22.4	- 9.4	Saskatchewan	8
121,743	125,211	139,365	157,178	225,573	+ 20.4	+ 2.1	Alberta	9
136,600	152,884	152,058	178,945	258,846	+ 18.8	- 4.9	Colombie-Britannique	10
3,162	3,245	3,066	2,985	5,051	+ 28.3	+ 5.9	Yukon et les Terri- toires du Nord-Ouest	11
786,492	848,390	892,549	1,036,498	1,542,685	+ 20.2	+ 0.8	CANADA	12
83,941	92,978	99,570	110,756	165,309	+ 18.9	- 0.2	Montréal	13
105,560	126,829	126,385	147,324	230,396	+ 15.1	+ 3.8	Toronto	14
34,713	40,651	41,004	49,523	68,668	+ 28.2	+ 1.4	Winnipeg	15
80,527	92,584	91,004	109,284	153,147	+ 19.0	- 5.9	Vancouver	16

TABLEAU 4. Nombre de points de vente des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

[illegible]

TABLE 5. Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982
January-March

TABLEAU 5. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982
Janvier-mars

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1982/1981
		1981 ¹	1982	Variation 1982/1981
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	34,295	32,431	- 5.4
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	37,895	34,654	- 8.6
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sport pour dames et jeunes filles	94,232	93,798	- 0.5
4	Furs - Fourrures	8,907	10,532	+ 18.2
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	47,507	50,209	+ 5.7
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	33,311	32,591	- 2.2
7	Lingerie and women's sleeperwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	30,747	31,543	+ 2.6
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	22,203	21,756	- 2.0
9	Millinery - Chapeaux	2,748	3,166	+ 15.2
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	22,336	22,906	+ 2.6
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	27,758	26,609	- 4.1
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	48,738	44,310	- 9.1
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	78,186	75,241	- 3.8
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	67,280	68,304	+ 1.5
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habille- ment pour garçons	21,562	21,280	- 1.3
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	31,314	28,799	- 8.0
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	148,143	155,290	+ 4.8
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	98,351	105,199	+ 7.0
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	27,286	26,817	- 1.7
20	Piece goods - Tissus à la pièce	15,218	12,635	- 17.0
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	56,782	56,419	- 0.6
22	Smallwares and notions - Menus articles	24,783	23,170	- 6.5
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	25,316	24,337	- 3.9
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	34,679	30,518	- 12.0
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	34,347	32,482	- 5.4
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	21,002	18,681	- 11.1
27	Furniture - Meubles	129,350	104,491	- 19.2
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	107,076	94,202	- 12.0
29	Television, radio and music - Télévision, radio et musique	79,019	80,297	+ 1.6
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	70,399	72,252	+ 2.6
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	59,177	61,980	+ 4.7
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	21,126	20,056	- 5.1
33	Jewellery - Bijouterie	36,401	36,369	- 0.1
34	Toys and games - Jouets et jeux	23,841	24,449	+ 2.6
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	57,699	56,954	- 1.3
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	52,315	54,061	+ 3.3
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	39,550	44,118	+ 11.5
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	53,418	56,815	+ 6.4
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	16,365	20,468	+ 25.1
40	All other departments - Tous autres rayons	60,644	62,243	+ 2.6
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	1,901,306	1,872,432	- 1.5

TABLE 6. Department Store Cumulative Sales, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982
January-March

TABLEAU 6. Ventes cumulatives des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines,
1981 et 1982
Janvier-mars

Province and selected metropolitan area Province et certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981 ^r	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	19,660	19,088	- 2.9
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	9,738	10,011	+ 2.8
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	40,133	42,495	+ 5.9
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	33,281	33,441	+ 0.5
Québec	336,375	323,057	- 4.0
Ontario	652,696	655,502	+ 0.4
Manitoba	96,330	96,265	- 0.1
Alberta	55,151	51,178	- 7.2
British Columbia - Colombie-Britannique	286,290	292,035	+ 2.0
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	365,256	342,785	- 6.2
CANADA	1,901,306	1,872,432	- 1.5
Montréal	208,377	199,163	- 4.4
Toronto	272,683	273,311	+ 0.2
Winnipeg	87,568	87,483	- 0.1
Vancouver	227,518	209,543	- 7.9

TABLE 7. Department Store Monthly Sales as a Percentage of Total Retail Trade, by Province, 1981 and
1982
March

TABLEAU 7. Proportions procentuelles mensuelles des grands magasins en relation au total du commerce
de détail, par province, 1981 et 1982
Mars

Province	1981 ^r	1982
	per cent - pourcentage	
Newfoundland - Terre-Neuve	6.0	5.8
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	11.5	12.9
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	7.0	7.2
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	7.4	7.1
Québec	6.8	6.6
Ontario	9.4	9.1
Manitoba	14.0	12.9
Alberta	7.5	6.4
British Columbia - Colombie-Britannique	12.7	12.5
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	14.2	13.6
CANADA	12.3	11.3
	9.7	9.3

TABLE 8. Department Store Monthly Stocks, (1) by Department, Canada, 1981 and 1982

No.	Department	1982			1981 ¹				
		January	February	March	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
		thousands of dollars milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	45,563	46,324	49,956	44,328	55,969	49,413	38,589	42,137
2	Women's and misses' coats and suits	28,018	36,932	37,386	35,900	36,639	30,745	30,899	63,446
3	Women's and misses' sportswear	98,814	104,198	120,456	107,745	130,815	122,381	101,823	113,346
4	Furs	18,433	17,186	16,269	20,451	20,556	19,695	18,899	18,902
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	61,548	60,033	60,661	56,272	76,907	70,683	63,773	89,974
6	Girls' and teenage girls' wear	35,182	39,073	44,171	38,788	48,967	46,640	38,437	57,438
7	Lingerie and women's sleepwear	40,036	40,592	45,160	39,723	49,957	48,072	41,168	43,564
8	Intimate apparel	32,235	28,340	29,431	26,236	30,795	33,644	28,072	31,142
9	Millinery	1,705	1,194	1,029	901	1,238	1,594	1,048	1,200
10	Women's and girls' hosiery	20,962	21,453	24,788	23,494	27,942	26,709	22,706	24,402
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	34,682	38,123	41,945	47,580	55,365	52,679	44,257	48,097
12	Women's, misses' and children's footwear	87,084	94,059	109,852	91,606	106,254	99,553	91,070	94,488
13	Men's clothing	121,023	144,954	153,997	149,009	172,875	166,261	136,527	164,103
14	Men's furnishings	115,358	119,780	128,539	127,486	151,610	142,967	122,672	139,331
15	Boys' clothing and furnishings	35,239	37,910	37,033	35,587	41,687	37,542	36,366	57,773
16	Men's and boys' footwear	67,699	68,641	76,775	71,063	84,390	85,762	77,005	83,145
17	Food and kindred products	38,730	32,819	35,302	33,645	33,677	32,501	34,240	32,756
18	Toiletries, cosmetics and drugs	168,715	136,298	145,774	126,930	146,384	144,414	131,644	143,364
19	Photographic equipment and supplies	54,039	47,485	45,858	43,312	54,351	54,318	44,789	53,225
20	Piece goods	26,758	27,466	31,482	30,769	33,080	30,595	28,897	30,163
21	Linens and domestics	105,895	104,167	108,155	99,678	113,586	116,929	108,185	111,078
22	Smallwares and notions	35,714	32,999	34,159	34,905	43,622	44,065	42,666	45,703
23	China and glassware	79,696	84,356	87,916	75,996	84,544	87,774	82,803	84,634
24	Floor coverings	59,308	53,602	56,326	51,479	57,259	61,163	61,476	65,529
25	Draperies, curtains and furniture coverings	74,144	67,185	66,471	64,393	72,113	71,402	64,087	71,954
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	44,908	43,607	45,553	43,915	48,530	53,948	46,884	50,140
27	Furniture	203,525	197,657	199,513	183,053	221,376	219,639	192,493	212,791
28	Major appliances	67,844	57,690	57,243	69,783	78,594	70,962	60,446	72,255
29	Television, radio and music	119,077	113,348	121,728	111,940	126,303	121,544	115,867	118,265
30	Housewares and small electrical appliances	128,912	117,029	123,454	121,968	145,529	145,790	132,266	138,204
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	109,649	96,519	116,389	115,807	135,942	141,819	121,033	151,845
32	Plumbing, heating and building materials	33,209	31,260	31,762	26,680	33,870	33,349	28,448	33,305
33	Jewellery	112,886	113,175	119,253	106,696	121,328	116,950	104,228	113,722
34	Toys and games	73,582	67,604	69,487	64,302	78,559	70,437	62,883	70,141
35	Sporting goods and luggage	106,210	109,124	120,993	119,058	157,523	155,299	132,515	135,540
36	Stationery, books and magazines	85,895	77,322	78,563	73,817	90,177	89,696	87,607	97,999
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	45,833	44,780	41,673	38,770	48,852	51,077	38,558	47,955
38	Meals and lunches	1,490	959	799	1,632	2,513	2,153	2,106	1,333
39	Repairs and services	5,313	4,271	4,298	4,388	5,434	5,700	4,750	6,566
40	All other departments	60,107	58,607	64,393	66,708	82,088	84,531	71,970	77,755
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,685,020	2,618,121	2,783,992	2,625,793	3,107,200	3,040,395	2,694,152	3,038,711

¹ At selling value.

TABLEAU 8. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1981 ¹					Change - Variation		Rayon	N°
August	September	October	November	December	March/ February 1982	March 1982/1981		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mars/ février 1982	Mars 1982/1981		
thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
40,505	42,691	61,182	53,746	45,831	+ 7.8	+ 12.7	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
62,840	65,741	74,809	60,150	35,304	+ 1.2	+ 4.1	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
115,724	112,960	145,499	137,605	98,255	+ 15.6	+ 11.8	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
20,839	23,072	26,692	25,164	21,783	- 5.3	- 20.4	Fourrures	4
76,715	68,559	96,132	77,985	67,443	+ 1.0	+ 7.8	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
52,219	45,414	58,640	47,906	34,701	+ 13.0	+ 13.9	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
44,197	43,945	66,918	68,621	40,855	+ 11.3	+ 13.7	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
30,697	26,044	38,582	37,252	31,897	+ 3.8	+ 12.2	Sous-vêtements	8
1,035	1,372	2,302	3,278	3,027	- 13.8	+ 14.2	Chapeaux	9
26,819	21,432	26,808	26,604	20,860	+ 15.5	+ 5.5	Bas pour dames et fillettes	10
46,955	41,520	62,417	58,659	37,112	+ 10.0	- 11.8	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
93,112	85,055	107,164	97,725	94,195	+ 16.8	+ 19.9	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
194,816	161,877	217,065	199,866	166,447	+ 6.2	+ 3.3	Vêtements pour hommes	13
143,484	142,050	189,713	168,170	107,165	+ 7.3	+ 0.8	Articles d'habillement pour hommes	14
41,163	40,975	58,443	46,414	34,246	- 2.3	+ 4.1	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
80,908	71,868	97,593	86,002	76,019	+ 11.9	+ 8.0	Chaussures pour hommes et garçons	16
25,917	26,965	37,527	41,887	25,657	+ 7.6	+ 4.9	Produits alimentaires et connexes	17
135,627	135,837	207,606	208,185	151,994	+ 7.0	+ 14.8	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
53,831	48,302	73,471	60,613	44,962	- 3.4	+ 5.9	Appareils et fournitures photographiques	19
29,533	26,989	33,103	31,952	30,923	+ 14.6	+ 2.3	Tissus à la pièce	20
105,339	94,325	130,265	129,646	119,640	+ 3.8	+ 8.5	Literie et linge de maison	21
42,259	38,554	44,062	38,944	42,553	+ 3.5	- 2.1	Menus articles	22
85,099	80,387	97,388	98,820	106,239	+ 4.2	+ 15.7	Porcelaine et verrerie	23
63,686	54,111	65,319	59,510	66,289	+ 5.1	+ 9.4	Revêtements de plancher	24
68,332	61,324	80,445	76,572	76,095	- 1.1	+ 3.2	Tentures, rideaux et housses	25
52,219	46,732	62,781	56,350	43,282	+ 4.5	+ 3.7	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
207,412	188,708	242,562	214,334	237,373	+ 0.9	+ 9.0	Meubles	27
69,592	63,851	86,627	85,708	81,194	- 0.8	- 18.0	Gros appareils ménagers	28
116,717	110,165	154,115	149,488	128,437	+ 7.4	+ 8.7	Télévision, radio et musique	29
136,469	129,367	166,700	166,421	125,107	+ 5.5	+ 1.2	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
146,709	119,215	172,110	142,527	123,138	+ 20.6	+ 0.5	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
31,853	27,256	36,505	32,824	34,101	+ 1.6	+ 19.0	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
112,761	102,865	144,247	140,658	108,515	+ 5.4	+ 11.8	Bijouterie	33
86,882	96,378	141,697	112,172	55,096	+ 2.8	+ 8.1	Jouets et jeux	34
124,985	129,106	188,390	152,274	123,644	+ 10.9	+ 1.6	Articles de sport et valises	35
89,680	86,411	115,662	100,573	74,564	+ 1.6	+ 6.4	Papeterie, livres et revues	36
48,434	41,012	62,225	55,509	47,423	- 6.9	+ 7.5	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
1,150	1,314	1,524	1,386	1,341	- 16.7	- 51.0	Repas et casse-croûtes	38
5,850	5,572	6,800	5,825	4,462	+ 0.6	- 2.1	Services et travaux de réparation	39
74,219	67,876	90,234	80,260	77,034	+ 9.9	- 3.5	Tous autres rayons	40
2,986,583	2,777,197	3,771,324	3,437,585	2,844,203	+ 6.3	+ 6.0	TOTAL, TOUS RAYONS	41

¹) Valeur de vente.

TABLE 9. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982(1)

TABLE 9. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department		1982			1981 ^r			
		January ^r	February ^r	March	March	April	May	June
Department		Janvier ^r	Février ^r	Mars	Mars	Avril	Mai	Juin
No.		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	50,757	46,815	46,740	41,494	46,596	44,451	45,091
2	Women's and misses' coats and suits	39,366	43,467	43,721	41,868	46,576	45,722	45,122
3	Women's and misses' sportswear	119,224	112,137	116,281	104,171	110,165	106,895	109,239
4	Furs	18,866	19,567	20,677	26,001	24,090	22,753	22,965
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	73,823	69,843	68,204	63,161	70,335	68,535	70,564
6	Girls' and teenage girls' wear	47,493	44,100	46,861	41,184	44,838	43,316	42,760
7	Lingerie and women's sleepwear	51,292	48,741	47,738	41,868	44,640	43,748	45,593
8	Intimate apparel	31,930	29,542	31,003	27,672	30,336	31,383	30,663
9	Millinery
10	Women's and girls' hosiery	23,207	23,237	25,486	24,101	25,957	24,528	24,257
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	40,955	42,013	44,195	50,223	51,434	50,775	50,681
12	Women's, misses' and children's footwear	106,011	103,471	107,973	90,105	94,294	92,526	94,139
13	Men's clothing	158,767	157,506	164,036	158,725	170,394	163,479	166,078
14	Men's furnishings	137,525	135,833	138,587	137,549	140,709	131,272	137,914
15	Boys' clothing and furnishings	40,752	39,215	41,902	40,309	40,868	39,096	40,711
16	Men's and boys' footwear	83,509	80,746	76,530	70,930	75,156	76,358	81,317
17	Food and kindred products
18	Toiletries, cosmetics and drugs	167,305	160,371	160,668	139,960	138,447	137,796	142,085
19	Photographic equipment and supplies	54,544	53,116	53,348	50,297	52,823	52,046	51,761
20	Piece goods	29,644	27,755	31,347	30,561	31,009	29,234	29,888
21	Linens and domestics	116,706	106,351	110,531	101,848	103,320	103,880	105,315
22	Smallwares and notions	40,307	38,107	37,158	37,986	40,058	38,481	39,927
23	China and glassware	89,870	94,516	92,974	80,509	83,118	83,684	86,529
24	Floor coverings	59,724	56,610	58,765	53,792	55,757	58,488	59,690
25	Draperies, curtains and furniture coverings	77,555	67,538	67,834	65,737	67,166	65,601	65,922
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	51,070	48,428	47,501	45,663	47,597	48,876	46,925
27	Furniture	215,180	204,819	198,303	181,999	200,448	197,818	188,340
28	Major appliances	68,637	55,197	55,147	67,186	72,710	67,784	63,301
29	Television, radio and music	126,026	124,398	124,785	114,573	118,098	116,652	119,673
30	Housewares and small electrical appliances	141,033	129,060	126,257	124,929	132,141	134,450	134,386
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	125,575	121,003	123,094	110,201	113,181	109,578	111,533
34	Toys and games	86,589	84,958	84,813	78,229	82,133	77,089	78,043
35	Sporting goods and luggage	142,735	131,218	128,880	126,616	137,910	133,113	136,711
36	Stationery, books and magazines	96,445	92,222	90,333	84,780	89,996	83,534	91,303
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies
38	Meals and lunches
39	Repairs and services
40	All other departments
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,027,526	2,882,407	2,920,680	2,753,551	2,925,471	2,853,276	2,878,000

(1) Last department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 9. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1981 et 1982(1)

1981 ^r						Change - Variation		Rayon	N ^o
July	August	September	October	November	December	March/ February 1982			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mars/ février 1982			
Thousands of dollars						per cent			
milliers de dollars						pourcentage			
45,963	45,989	50,600	51,973	46,503	50,872	- 0.2		Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
50,113	47,435	49,165	49,355	49,261	45,778	+ 0.6		Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
111,616	116,267	130,095	128,983	120,449	123,659	+ 3.7		Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
20,202	18,928	19,971	20,328	20,307	20,306	+ 5.7		Fourrures	4
73,498	72,409	72,036	81,334	72,070	75,708	- 2.3		Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
46,821	47,357	46,111	49,117	42,156	48,296	+ 6.3		Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
46,409	43,863	47,608	50,279	51,021	52,869	- 2.1		Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
31,982	30,754	31,189	35,655	31,443	31,691	+ 4.9		Sous-vêtements	8
***	***	***	***	***	***	***		Chapeaux	9
23,889	23,803	23,071	24,651	24,685	24,276	+ 9.7		Bas pour dames et fillettes	10
50,830	48,668	46,329	47,180	43,428	44,596	+ 5.2		Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
89,546	84,877	91,358	96,994	98,696	104,415	+ 4.4		Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
170,347	167,552	162,867	169,902	164,356	182,672	+ 4.1		Vêtements pour hommes	13
139,291	140,156	144,097	143,217	139,081	142,257	+ 2.0		Articles d'habillement pour hommes	14
47,044	41,711	41,910	44,831	41,743	42,491	+ 6.9		Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
81,648	77,492	77,661	80,448	80,721	86,616	- 5.2		Chaussures pour hommes et garçons	16
***	***	***	***	***	***	***		Produits alimentaires et connexes	17
148,343	151,997	156,583	164,902	156,981	170,279	+ 0.2		Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
55,017	57,837	55,944	54,665	45,784	50,738	+ 0.4		Appareils et fournitures photographiques	19
29,858	28,695	29,747	30,614	31,560	31,435	+ 12.9		Tissus à la pièce	20
113,966	112,562	114,802	122,740	119,085	119,674	+ 3.9		Literie et linge de maison	21
41,356	41,134	42,996	42,932	40,712	42,018	- 2.5		Menus articles	22
85,588	85,576	88,187	88,090	83,857	98,775	- 1.6		Porcelaine et verrerie	23
64,486	62,452	61,873	63,167	61,805	60,813	+ 3.8		Revêtements de plancher	24
70,956	70,403	71,690	76,068	75,653	74,402	+ 0.4		Tentures, rideaux et housses	25
48,930	50,171	50,956	52,200	50,213	52,304	- 1.9		Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
214,883	220,196	227,870	245,666	215,288	215,321	- 3.2		Meubles	27
76,179	78,624	79,950	84,384	78,837	74,152	- 0.1		Gros appareils ménagers	28
125,079	123,799	127,669	139,121	125,530	123,524	+ 0.3		Télévision, radio et musique	29
139,208	139,564	142,749	147,172	144,400	143,958	- 2.2		Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
***	***	***	***	***	***	***		Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
***	***	***	***	***	***	***		Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
119,020	115,822	118,571	122,275	112,920	120,085	+ 1.7		Bijouterie	33
81,017	81,228	76,824	80,171	83,204	99,195	- 0.2		Jouets et jeux	34
138,106	128,790	133,496	144,608	134,781	144,593	- 1.8		Articles de sport et valises	35
92,794	84,377	89,861	92,355	81,279	93,742	- 2.0		Papeterie, livres et revues	36
***	***	***	***	***	***	***		Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
***	***	***	***	***	***	***		Repas et casse-croûtes	38
***	***	***	***	***	***	***		Services et travaux de réparation	39
***	***	***	***	***	***	***		Tous autres rayons	40
3,003,478	2,971,521	3,013,193	3,187,136	3,004,193	3,083,503	+ 1.3		TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 10. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982

No.	Department	1982			1981 ¹				
		January	February	March	January	February	March	April	May
		Janvier	Février	Mars	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5.58	4.41	3.63	3.67	3.90	3.21	3.08	2.32
2	Women's and misses' coats and suits	2.69	3.70	2.62	2.65	3.09	2.47	2.65	3.82
3	Women's and misses' sportswear	3.93	3.58	3.05	3.12	3.52	2.77	2.88	2.52
4	Furs	4.40	5.06	5.53	4.31	8.02	12.73	30.91	19.62
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.99	3.92	3.12	3.37	3.77	3.14	3.41	3.52
6	Girls' and teenage girls' wear	4.72	3.93	2.90	3.31	3.52	2.70	3.13	3.23
7	Lingerie and women's sleepwear	4.47	3.95	3.66	3.48	3.67	3.48	3.59	3.07
8	Intimate apparel	4.84	4.28	3.47	3.43	4.39	3.11	3.13	3.34
9	Millinery	1.25	1.34	1.13	1.27	1.64	1.08	1.15	1.79
10	Women's and girls' hosiery	2.78	3.21	2.85	2.81	3.44	2.84	2.92	3.03
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.28	4.86	3.93	4.67	5.20	4.38	4.25	4.08
12	Women's, misses' and children's footwear	6.72	7.87	5.66	5.06	6.13	4.41	4.38	4.21
13	Men's clothing	5.40	6.91	4.84	4.81	6.77	4.69	5.17	5.14
14	Men's furnishings	5.41	5.85	4.85	4.97	6.16	4.97	5.23	4.76
15	Boys' clothing and furnishings	5.83	6.24	4.04	5.19	6.20	4.07	3.70	3.79
16	Men's and boys' footwear	7.29	8.71	6.60	6.04	6.95	5.48	5.24	5.62
17	Food and kindred products	0.80	0.58	0.70	0.61	0.56	0.74	0.61	0.59
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.04	4.06	3.82	4.07	3.98	3.71	3.92	3.69
19	Photographic equipment and supplies	5.98	5.97	4.67	4.68	5.62	4.51	4.90	4.55
20	Piece goods	6.92	7.14	6.40	6.23	6.87	5.45	6.00	6.02
21	Linens and domestics	4.47	7.16	5.95	3.23	6.99	5.63	5.45	5.28
22	Smallwares and notions	4.11	4.66	4.62	3.27	5.36	4.53	5.57	6.67
23	China and glassware	10.89	11.27	9.22	7.76	8.75	8.27	8.21	7.79
24	Floor coverings	6.55	5.56	4.76	4.54	4.70	4.03	4.42	4.64
25	Draperies, curtains and furniture coverings	7.78	7.21	4.87	5.31	6.49	4.85	4.74	4.60
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7.39	7.81	6.49	4.82	7.29	6.03	6.00	7.01
27	Furniture	5.42	6.34	5.58	3.36	5.16	4.19	5.10	4.33
28	Major appliances	1.92	2.09	1.82	1.52	2.42	1.88	1.99	1.66
29	Television, radio and music	4.29	4.83	4.19	3.56	4.67	4.14	4.67	4.67
30	Housewares and small electrical appliances	5.63	4.64	5.11	4.58	4.74	5.31	5.02	4.45
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	5.18	4.76	5.66	4.55	5.73	5.48	4.68	4.12
32	Plumbing, heating and building materials	5.30	4.88	4.30	5.00	4.98	3.33	3.30	2.88
33	Jewellery	11.68	10.02	7.74	9.81	9.26	7.11	6.81	5.84
34	Toys and games	10.64	8.64	7.15	9.29	8.62	6.89	5.82	6.29
35	Sporting goods and luggage	5.34	6.79	5.76	4.42	7.00	5.63	5.56	4.83
36	Stationery, books and magazines	4.92	4.26	4.25	3.90	4.42	4.25	4.62	4.49
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	2.84	3.51	2.74	2.97	3.75	2.60	2.73	2.85
38	Meals and lunches	0.08	0.05	0.04	0.13	0.13	0.08	0.13	0.10
39	Repairs and services	0.83	0.68	0.56	0.81	0.89	0.74	0.91	0.94
40	All other departments	3.02	2.97	2.85	2.39	3.19	3.04	2.73	2.35
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.37	4.42	3.94	3.51	4.35	3.75	3.88	3.62

TABLEAU 10. Rapports mensuels stocks-ventes, des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1981 ¹							Rayon	No
June	July	August	September	October	November	December		
Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
2.04	2.60	2.64	2.52	3.79	2.92	2.00	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
5.48	9.11	4.06	3.36	2.94	2.82	1.48	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
2.23	2.83	2.58	1.90	2.88	2.61	1.41	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
37.42	13.77	9.34	8.25	7.37	5.55	3.12	Fourrures	4
3.20	4.48	3.27	2.80	3.79	3.02	1.87	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
2.69	4.59	2.30	2.50	3.58	2.67	1.38	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
2.72	2.93	3.52	2.88	4.04	2.87	0.95	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
2.80	3.41	3.41	2.71	4.47	3.92	2.44	Sous-vêtements	8
1.22	1.36	1.16	0.93	1.08	1.05	0.75	Chapeaux	9
2.91	3.86	3.64	2.01	2.45	2.49	1.34	Bas pour dames et fillettes	10
3.70	4.76	4.10	2.50	3.76	2.74	1.05	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
4.18	5.35	4.21	2.97	3.79	3.71	3.01	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
3.85	6.41	6.16	3.94	5.16	3.99	2.42	Vêtements pour hommes	13
3.00	4.88	5.12	3.92	5.05	2.99	1.06	Articles d'habillement pour hommes	14
4.01	6.71	2.52	3.47	4.98	3.40	1.54	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
4.94	6.97	5.76	4.17	5.68	4.81	3.24	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.71	0.67	0.47	0.56	0.67	0.63	0.34	Produits alimentaires et connexes	17
3.49	3.82	3.58	3.45	4.83	4.13	1.51	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
3.14	3.90	3.69	3.83	5.66	3.65	1.39	Appareils et fournitures photographiques	19
6.46	8.38	6.49	4.74	5.50	5.16	6.70	Tissus à la pièce	20
4.56	4.12	4.47	3.68	5.20	5.14	3.02	Literie et linge de maison	21
6.42	6.36	5.66	3.74	4.11	3.88	3.37	Menus articles	22
7.43	7.77	8.70	6.72	8.70	5.40	2.94	Porcelaine et verrerie	23
4.81	5.09	5.59	4.42	4.63	4.26	5.39	Revêtements de plancher	24
3.94	4.24	4.80	4.12	5.05	4.81	4.27	Tentures, rideaux et housses	25
6.02	5.88	6.51	5.37	6.78	4.33	2.13	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
3.09	4.48	5.44	4.25	5.74	5.17	5.62	Meubles	27
1.07	1.59	1.85	1.62	2.08	2.25	1.87	Gros appareils ménagers	28
4.42	4.00	3.93	3.37	4.30	3.28	1.83	Télévision, radio et musique	29
4.22	4.40	4.43	4.42	4.85	3.92	1.66	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
3.80	5.63	5.91	5.01	6.37	5.30	3.26	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
2.68	3.40	3.51	3.02	3.48	3.50	3.64	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
5.48	6.88	6.51	4.64	7.47	4.21	1.60	Bijouterie	33
5.45	5.40	6.88	7.89	6.66	2.35	0.72	Jouets et jeux	34
3.76	4.40	5.01	5.66	8.03	5.37	2.30	Articles de sport et valises	35
4.39	5.30	3.29	3.28	4.97	3.15	1.23	Papeterie, livres et revues	36
2.17	2.64	2.77	2.55	2.77	2.45	2.06	Essence, huiles, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
0.10	0.07	0.06	0.06	0.07	0.06	0.04	Repas et casse-croûtes	38
0.73	1.02	0.96	0.80	0.82	0.61	0.46	Services et travaux de réparation	39
2.43	3.07	2.95	2.90	3.26	3.09	1.64	Tous autres rayons	40
3.15	3.91	3.71	3.21	4.14	3.28	1.82	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

TABLE 11. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982

Department No.	1982			1981 ^r				
	January	February	March	January	February	March	April	May
	Janvier	Février	Mars	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.18	0.23	0.29	0.27	0.28	0.32	0.36	0.40
2 Women's and misses' coats and suits	0.33	0.31	0.38	0.34	0.35	0.41	0.38	0.24
3 Women's and misses' sportswear	0.26	0.29	0.35	0.32	0.31	0.38	0.38	0.38
4 Furs	0.21	0.19	0.18	0.23	0.12	0.08	0.03	0.05
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	0.24	0.25	0.32	0.28	0.28	0.32	0.34	0.27
6 Girls' and teenage girls' wear	0.21	0.27	0.37	0.30	0.31	0.38	0.36	0.30
7 Lingerie and women's sleepwear	0.22	0.25	0.29	0.29	0.28	0.30	0.31	0.32
8 Intimate apparel	0.21	0.22	0.29	0.27	0.23	0.32	0.34	0.31
9 Millinery	0.56	0.62	0.82	0.59	0.60	0.74	1.01	0.63
10 Women's and girls' hosiery	0.36	0.32	0.38	0.35	0.30	0.36	0.37	0.32
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.23	0.22	0.27	0.22	0.20	0.24	0.25	0.24
12 Women's, misses' and children's footwear	0.14	0.13	0.19	0.18	0.17	0.24	0.25	0.23
13 Men's clothing	0.16	0.16	0.21	0.18	0.17	0.21	0.21	0.19
14 Men's furnishings	0.19	0.17	0.21	0.21	0.17	0.21	0.21	0.20
15 Boys' clothing and furnishings	0.17	0.17	0.24	0.20	0.17	0.23	0.29	0.25
16 Men's and boys' footwear	0.13	0.12	0.16	0.16	0.15	0.19	0.21	0.18
17 Food and kindred products	1.50	1.57	1.49	1.42	1.75	1.46	1.65	1.66
18 Toiletries, cosmetics and drugs	0.21	0.22	0.27	0.26	0.24	0.27	0.27	0.27
19 Photographic equipment and supplies	0.18	0.16	0.21	0.22	0.18	0.22	0.23	0.22
20 Piece goods	0.13	0.14	0.17	0.15	0.15	0.18	0.17	0.16
21 Linens and domestics	0.21	0.14	0.17	0.28	0.16	0.18	0.20	0.19
22 Smallwares and notions	0.22	0.21	0.22	0.28	0.21	0.21	0.20	0.15
23 China and glassware	0.08	0.09	0.11	0.11	0.11	0.13	0.13	0.13
24 Floor coverings	0.14	0.17	0.22	0.21	0.22	0.25	0.24	0.22
25 Draperies, curtains and furniture coverings	0.13	0.13	0.20	0.18	0.16	0.21	0.22	0.22
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.14	0.13	0.16	0.21	0.15	0.17	0.17	0.15
27 Furniture	0.17	0.16	0.18	0.27	0.19	0.24	0.21	0.23
28 Major appliances	0.47	0.44	0.55	0.62	0.43	0.53	0.53	0.57
29 Television, radio and music	0.22	0.20	0.25	0.26	0.21	0.25	0.23	0.21
30 Housewares and small electrical appliances	0.18	0.21	0.20	0.22	0.22	0.19	0.22	0.22
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.18	0.20	0.19	0.20	0.19	0.19	0.23	0.25
32 Plumbing, heating and building materials	0.19	0.20	0.23	0.21	0.20	0.27	0.34	0.34
33 Jewellery	0.09	0.10	0.13	0.10	0.11	0.14	0.16	0.17
34 Toys and games	0.11	0.11	0.14	0.13	0.12	0.14	0.19	0.15
35 Sporting goods and luggage	0.17	0.15	0.18	0.21	0.15	0.19	0.20	0.21
36 Stationery, books and magazines	0.22	0.22	0.24	0.27	0.23	0.24	0.24	0.22
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.35	0.28	0.35	0.33	0.29	0.36	0.41	0.36
38 Meals and lunches	12.92	15.04	22.85	7.28	7.43	10.10	9.46	8.88
39 Repairs and services	1.31	1.32	1.81	1.24	1.10	1.36	1.21	1.09
40 All other departments	0.29	0.33	0.37	0.40	0.35	0.35	0.40	0.43
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.22	0.22	0.26	0.27	0.23	0.27	0.28	0.27

TABEAU 11. Rapports mensuels ventes-stocks, des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1981 ¹							Rayon	N°
June	July	August	September	October	November	December		
Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
0.43	0.40	0.37	0.41	0.31	0.32	0.46	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
0.18	0.15	0.25	0.30	0.36	0.32	0.50	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.41	0.37	0.39	0.52	0.39	0.37	0.59	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
0.03	0.07	0.11	0.13	0.15	0.17	0.30	Fourrures	4
0.30	0.26	0.28	0.34	0.31	0.30	0.50	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.34	0.26	0.41	0.37	0.32	0.34	0.61	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.34	0.35	0.29	0.35	0.30	0.35	0.79	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.32	0.31	0.29	0.34	0.27	0.25	0.38	Sous-vêtements	8
0.65	0.78	0.80	1.22	1.16	1.12	1.27	Chapeaux	9
0.32	0.27	0.29	0.44	0.45	0.40	0.66	Bas pour dames et fillettes	10
0.25	0.22	0.24	0.38	0.32	0.35	0.74	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.23	0.19	0.24	0.32	0.29	0.26	0.33	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.23	0.17	0.18	0.23	0.22	0.24	0.37	Vêtements pour hommes	13
0.31	0.22	0.20	0.25	0.23	0.31	0.73	Articles d'habillement pour hommes	14
0.25	0.18	0.33	0.29	0.24	0.26	0.55	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.19	0.15	0.17	0.23	0.20	0.19	0.29	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.45	1.46	1.90	1.81	1.73	1.67	2.26	Produits alimentaires et connexes	17
0.27	0.27	0.27	0.29	0.25	0.24	0.56	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
0.29	0.28	0.27	0.25	0.21	0.25	0.61	Appareils et fournitures photographiques	19
0.15	0.12	0.15	0.20	0.20	0.19	0.15	Tissus à la pièce	20
0.21	0.25	0.22	0.26	0.22	0.19	0.32	Literie et linge de maison	21
0.15	0.16	0.17	0.26	0.26	0.24	0.31	Menus articles	22
0.13	0.13	0.12	0.14	0.13	0.19	0.35	Porcelaine et verrerie	23
0.21	0.20	0.18	0.21	0.24	0.22	0.20	Revêtements de plancher	24
0.24	0.25	0.20	0.23	0.22	0.20	0.23	Tentures, rideaux et housses	25
0.15	0.18	0.16	0.18	0.17	0.22	0.41	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.30	0.23	0.18	0.22	0.20	0.18	0.19	Meubles	27
0.86	0.68	0.53	0.59	0.55	0.44	0.52	Gros appareils ménagers	28
0.22	0.25	0.25	0.29	0.27	0.30	0.50	Télévision, radio et musique	29
0.23	0.23	0.22	0.22	0.23	0.26	0.52	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
0.24	0.20	0.17	0.18	0.19	0.17	0.28	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.34	0.32	0.28	0.31	0.33	0.27	0.28	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
0.17	0.15	0.15	0.21	0.16	0.23	0.54	Bijouterie	33
0.17	0.20	0.16	0.13	0.18	0.38	0.92	Jouets et jeux	34
0.24	0.23	0.19	0.18	0.15	0.17	0.39	Articles de sport et valises	35
0.23	0.20	0.29	0.30	0.23	0.30	0.69	Papeterie, livres et revues	36
0.40	0.42	0.36	0.36	0.44	0.39	0.45	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
9.59	11.83	16.74	16.56	15.44	15.92	22.66	Repas et casse-croûtes	38
1.24	1.14	0.98	1.21	1.34	1.52	1.87	Services et travaux de réparation	39
0.38	0.34	0.33	0.33	0.35	0.30	0.60	Tous autres rayons	40
0.29	0.26	0.26	0.29	0.27	0.29	0.49	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

TABLE 12. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, (1) Unadjusted, Canada, 1980-1982

TABLERAU 12. Montants à recevoir(1), non ajustés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982

Month	1980	1981	1982	Change from previous month	Change 1982/1981
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1982/1981
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,510,848	1,554,350	1,624,889	- 9.1	+ 4.5
February - Février	1,453,884	1,488,706	1,554,529 ^r	- 4.3	+ 4.4
March - Mars	1,388,475	1,476,287	1,537,834	- 1.1	+ 4.2
April - Avril	1,397,066	1,483,717			
May - Mai	1,381,243	1,493,281			
June - Juin	1,359,373	1,501,535			
July - Juillet	1,341,270	1,523,351			
August - Août	1,346,822	1,512,048			
September - Septembre	1,401,404	1,537,138			
October - Octobre	1,434,563	1,550,904			
November - Novembre	1,490,778	1,622,633			
December - Décembre	1,658,191	1,788,145			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 13. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, (1) Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982

TABLERAU 13. Montants à recevoir(1), désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982

Month	1980	1981 ^r	1982	Change from previous month	Change 1982/1981
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1982/1981
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,420.3	1,470.0	1,538.0 ^r	- 1.6 ^r	+ 4.6 ^r
February - Février	1,438.8	1,480.0	1,532.2 ^r	- 0.4 ^r	+ 3.5 ^r
March - Mars	1,408.9	1,499.0	1,563.2	+ 2.0	+ 4.3
April - Avril	1,424.7	1,515.0			
May - Mai	1,417.5	1,537.0			
June - Juin	1,420.8	1,563.0			
July - Juillet	1,425.6	1,615.0			
August - Août	1,430.0	1,595.0			
September - Septembre	1,440.8	1,581.0			
October - Octobre	1,442.6	1,565.0			
November - Novembre	1,441.4	1,570.0			
December - Décembre	1,448.9	1,563.0			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Department Store Sales and
Stocks, MCD, Seasonal
and Trading Day Factors

Ventes et stocks des grands
magasins MDC et coefficients de
corrections des variations
saisonnnières et des jours
commerciaux

TABLE 14. Department Store Sales, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1982 and 1983

No.	Department	1982						
		MCD	March	April	May	June	July	August
		MDC	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	86.83	110.01	128.82	115.40	98.71	91.77
2	Women's and misses' coats and suits	6	103.83	98.45	53.75	41.36	47.82	105.31
3	Women's and misses' sportswear	3	88.53	99.35	107.84	98.52	90.23	96.08
4	Furs	12	67.11	26.19	18.47	17.20	47.90	91.86
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	85.38	101.02	91.01	87.87	91.36	104.29
6	Girls' and teenage girls' wear	4	91.29	100.97	90.84	87.19	82.53	139.25
7	Lingerie and women's sleepwear	3	73.67	84.09	96.04	88.99	91.88	72.45
8	Intimate apparel	4	93.23	107.40	106.68	112.14	103.39	95.30
9	Millinery	12	57.58	73.52	63.94	60.82	62.19	60.53
10	Women's and girls' hosiery	3	92.17	106.67	97.57	84.53	72.78	81.11
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	77.06	86.97	89.53	82.70	69.94	74.52
12	Women's, misses' and children's footwear	6	90.00	109.69	104.36	95.02	78.24	97.90
13	Men's clothing	4	92.79	92.57	86.66	95.80	72.81	81.88
14	Men's furnishings	5	69.39	78.14	78.57	103.77	77.70	72.97
15	Boys' clothing and furnishings	6	84.89	98.19	85.90	79.36	78.95	138.31
16	Men's and boys' footwear	5	85.36	111.00	98.91	103.21	85.19	91.11
17	Food and kindred products	7	93.42	106.15	102.06	88.64	89.54	99.67
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	84.09	91.02	91.00	87.50	89.74	85.29
19	Photographic equipment and supplies	4	72.92	81.65	84.71	98.57	103.16	96.08
20	Piece goods	5	109.03	107.95	104.36	91.00	77.75	90.03
21	Linens and domestics	3	77.07	84.43	89.52	93.71	111.85	95.69
22	Smallwares and notions	4	91.75	93.39	77.68	76.88	84.82	83.84
23	China and glassware	4	73.31	77.63	87.93	84.33	83.31	76.93
24	Floor coverings	5	98.16	98.84	100.15	95.78	102.81	91.04
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	92.69	107.71	101.49	105.86	112.96	93.62
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	83.01	87.59	82.20	80.27	88.88	83.16
27	Furniture	4	94.45	91.17	105.50	100.66	122.83	96.66
28	Major appliances	5	89.95	90.03	101.35	101.15	122.44	101.32
29	Television, radio and music	4	85.20	77.82	75.03	72.82	86.17	87.75
30	Housewares and small electrical appliances	3	75.48	86.01	96.50	89.54	98.55	88.09
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4	79.73	106.64	121.03	112.69	100.89	89.25
32	Plumbing, heating and building materials	7	85.08	111.89	120.16	126.52	110.00	94.72
33	Jewellery	3	69.88	80.23	87.84	84.76	76.37	73.86
34	Toys and games	4	49.44	66.82	60.34	57.13	66.15	57.84
35	Sporting goods and luggage	3	70.99	102.38	113.79	120.15	115.12	84.05
36	Stationery, books and magazines	4	75.61	79.20	81.52	80.97	75.68	103.11
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	86.03	106.75	97.40	101.78	101.19	91.68
38	Meals and lunches	3	95.51	95.34	94.92	96.64	98.83	98.22
39	Repairs and services	7	92.90	91.50	92.77	100.34	91.76	89.32
40	All other departments	4	84.56	114.27	134.63	110.37	101.48	88.13
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	84.43	93.93	95.37	93.70	91.90	91.23

TABLEAU 14. Ventes des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1982 et 1983

1982		1983				Rayon	N°
September	October	November	December	January	February		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février		
102.23	95.41	105.80	142.27	56.53	65.80	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
131.00	163.41	149.76	159.25	72.75	68.40	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
124.99	103.27	116.94	151.12	58.72	63.76	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
103.49	127.36	172.25	245.52	169.10	116.20	Fourrures	4
111.10	113.19	116.66	161.72	67.80	67.55	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
117.06	98.74	120.71	159.57	50.35	61.21	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
92.29	91.96	141.57	259.37	53.38	58.54	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
105.10	89.96	98.17	141.17	76.05	70.02	Sous-vêtements	8
91.00	141.75	202.05	256.36	79.41	55.47	Chapeaux	9
115.89	112.55	117.83	165.37	80.51	72.52	Bas pour dames et fillettes	10
106.35	104.55	149.28	245.83	57.41	57.34	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
126.98	121.15	124.33	136.25	59.65	55.15	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
110.93	110.20	143.18	191.80	63.06	59.12	Vêtements pour hommes	13
93.20	94.59	151.55	269.67	57.18	54.24	Articles d'habillement pour hommes	14
107.17	100.88	120.69	198.55	53.57	53.93	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
113.50	110.09	122.42	160.69	60.55	58.37	Chaussures pour hommes et garçons	16
88.19	95.06	117.44	142.20	82.08	97.09	Produits alimentaires et connexes	17
89.68	93.59	114.19	224.08	75.50	75.10	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
92.89	87.22	114.47	241.33	69.31	59.14	Appareils et fournitures photographiques	19
116.23	117.64	117.79	96.86	83.93	85.61	Issus à la pièce	20
112.17	100.26	108.72	164.14	101.01	61.84	Literie et linge de maison	21
117.31	114.10	118.97	150.20	105.59	84.66	Menus articles	22
96.62	83.10	139.69	273.96	65.75	59.59	Porcelaine et verrerie	23
104.82	118.30	122.66	105.36	80.48	82.08	Revêtements de plancher	24
105.31	107.69	111.15	118.67	74.32	67.99	Tentures, rideaux et housses	25
99.71	96.49	137.56	222.19	74.01	66.09	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
106.94	99.15	102.82	100.25	104.55	74.63	Meubles	27
110.97	105.24	100.59	112.18	94.64	70.27	Gros appareils ménagers	28
111.39	104.45	130.92	212.18	87.02	69.99	Télévision, radio et musique	29
93.14	89.86	123.18	223.38	67.32	71.11	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
96.92	107.06	105.55	142.46	70.71	67.01	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
100.05	112.13	98.78	100.63	67.44	69.59	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
99.87	80.88	139.35	311.73	46.83	52.35	Bijouterie	33
60.09	100.24	231.65	383.77	34.02	37.83	Jouets et jeux	34
83.44	79.40	109.20	194.64	72.58	56.73	Articles de sport et valises	35
107.65	87.32	126.37	241.57	75.00	68.82	Papeterie, livres et revues	36
90.76	119.96	124.13	137.57	73.07	68.10	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
97.16	100.49	111.65	146.87	84.22	79.92	Repas et casse-croûtes	38
98.75	110.93	136.45	132.29	83.97	78.66	Services et travaux de réparation	39
82.55	90.61	96.46	161.17	68.14	67.59	Tous autres rayons	40
101.09	101.31	123.87	182.98	72.42	67.48	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

TABLE 15. Department Store Stocks, MCD and Seasonal Factors, 1982 and 1983

No.	Department	1982						
		MCD	March	April	May	June	July	August
		MDC	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4	106.88	120.38	111.23	85.62	91.70	87.62
2	Women's and misses' coats and suits	4	85.51	78.45	66.95	68.32	126.89	132.10
3	Women's and misses' sportswear	3	103.59	118.58	114.51	93.12	101.61	99.34
4	Furs	5	78.68	85.55	86.78	82.52	93.18	109.49
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	4	88.94	109.33	103.09	90.24	122.61	105.60
6	Girls' and teenage girls' wear	3	94.26	109.34	107.73	89.61	122.76	110.24
7	Lingerie and women's sleepwear	4	94.60	111.97	109.79	90.32	93.94	100.43
8	Intimate apparel	3	94.93	101.43	107.26	91.55	97.47	99.69
9	Millinery	***	***	***	***	***	***	***
10	Women's and girls' hosiery	4	97.26	107.71	108.86	93.49	102.01	112.52
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	3	94.91	107.60	103.71	87.34	94.83	96.11
12	Women's, misses' and children's footwear	3	101.74	112.77	107.63	96.95	105.48	109.53
13	Men's clothing	3	93.88	101.36	101.78	81.92	96.30	116.13
14	Men's furnishings	4	92.75	107.76	108.80	88.86	100.13	102.18
15	Boys' clothing and furnishings	4	88.38	102.11	95.76	89.12	122.87	98.47
16	Men's and boys' footwear	4	100.32	112.00	112.48	94.76	102.09	104.18
17	Food and kindred products	***	***	***	***	***	***	***
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	90.73	105.78	104.61	92.52	96.78	89.14
19	Photographic equipment and supplies	4	85.96	102.69	104.38	86.47	97.10	93.04
20	Piece goods	4	100.43	106.76	104.24	96.64	101.31	102.53
21	Linens and domestics	3	97.85	109.68	112.50	102.78	97.69	93.42
22	Smallwares and notions	4	91.93	109.00	114.31	106.84	110.72	102.60
23	China and glassware	3	94.56	101.78	104.80	95.79	98.87	99.14
24	Floor coverings	3	95.85	102.52	104.51	103.14	101.85	101.86
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	97.99	107.54	108.90	97.38	101.70	96.76
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	95.90	101.70	110.58	99.97	102.59	104.11
27	Furniture	3	100.61	110.49	111.01	102.24	99.16	94.15
28	Major appliances	4	103.80	108.03	104.36	95.56	95.17	88.57
29	Television, radio and music	3	97.55	106.67	103.90	96.79	94.74	94.26
30	Housewares and small electrical appliances	3	97.78	109.84	108.35	98.41	99.49	97.67
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	***	***	***	***	***	***	***
32	Plumbing, heating and building materials	***	***	***	***	***	***	***
33	Jewellery	3	96.88	107.30	106.63	93.31	95.67	97.21
34	Toys and games	4	81.93	95.61	91.31	80.77	86.97	106.79
35	Sporting goods and luggage	4	93.88	114.43	116.58	96.89	98.32	96.87
36	Stationery, books and magazines	4	86.97	100.25	107.35	96.00	105.67	106.11
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	***	***	***	***	***	***	***
38	Meals and lunches	***	***	***	***	***	***	***
39	Repairs and services	***	***	***	***	***	***	***
40	All other departments	***	***	***	***	***	***	***
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2	95.32	106.17	106.47	93.57	101.35	100.34

TABLEAU 15. Stocks des grands magasins, MDC et coefficients de corrections des variations saisonnières, 1982 et 1983

1982			1983			Rayon	N°
September	October	November	December	January	February		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février		
84.23	117.96	115.58	90.13	89.88	98.82	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
133.55	152.38	122.79	77.03	70.87	84.64	formes pour dames et jeunes filles	2
86.67	113.07	114.13	79.62	82.92	92.89	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	3
115.63	131.27	123.74	107.59	97.80	87.88	filles	4
94.99	118.41	108.37	89.28	83.33	85.99	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	5
						Fourrures	6
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	7
						de chambres d'enfants	8
98.51	119.47	113.67	72.03	73.90	88.55	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	9
92.09	133.47	134.34	77.53	78.28	83.08	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	10
83.29	108.22	118.66	100.71	100.95	95.88	Sous-vêtements	11
...	Chapeaux	12
92.58	108.94	107.81	86.05	90.53	92.43	Bas pour dames et fillettes	13
89.34	132.55	134.65	83.38	84.91	90.86	Gants, moufles et articles de parure pour	14
92.79	110.72	99.15	90.35	82.01	90.73	dames et fillettes	15
99.15	128.29	121.95	91.17	76.06	91.85	Chaussures pour dames, jeunes filles et	16
98.50	132.80	120.80	75.40	83.82	88.21	enfants	17
97.75	130.80	111.05	80.75	86.36	96.76	Vêtements pour hommes	18
						Articles d'habillement pour hommes	19
						Vêtements et articles d'habillement pour	20
						garçons	21
92.20	121.50	106.46	88.13	80.87	84.98	Chaussures pour hommes et garçons	22
...	Produits alimentaires et connexes	23
86.74	125.97	132.39	89.39	101.00	84.98	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	24
86.28	134.73	132.50	88.30	98.95	89.42	caments	25
90.59	108.45	101.41	98.57	90.17	98.98	Appareils et fournitures photographiques	26
						Tissus à la pièce	27
82.16	106.33	109.00	99.91	90.77	97.77	Literie et linge de maison	28
89.71	102.91	95.46	101.27	88.65	86.46	Menus articles	29
91.20	110.44	117.80	107.64	88.85	89.23	Porcelaine et verrerie	30
87.59	103.62	96.28	108.63	99.34	94.57	Revêtements de plancher	31
85.35	105.98	101.05	102.31	95.58	99.35	Tentures, rideaux et housses	32
91.52	120.75	112.05	82.76	87.98	89.86	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	33
82.82	98.91	99.38	110.09	94.73	96.45	d'ameublement pour la maison	34
79.99	103.37	108.60	109.15	98.55	104.39	Meubles	35
86.24	110.98	119.24	103.96	94.56	91.05	Gros appareils ménagers	36
90.71	113.46	115.09	86.98	91.49	90.44	Télévision, radio et musique	37
						Articles de ménage et petits appareils élec-	38
						triques	39
...	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	40
...	etc.	41
86.57	118.05	124.57	90.49	89.95	93.58	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	42
124.87	176.47	134.89	55.78	85.08	79.85	truction	43
96.56	130.58	112.81	85.51	74.43	83.24	Bijouterie	44
						Jouets et jeux	45
						Articles de sport et valises	46
96.24	124.99	123.82	79.68	89.16	83.78	Papeterie, livres et revues	47
...	Essence, huile, accessoires d'automobile,	48
...	réparation et fournitures	49
...	Repas et casse-croûtes	50
...	Services et travaux de réparation	51
92.06	118.52	114.38	92.35	88.70	90.82	Tous autres rayons	52
						TOTAL, TOUS RAYONS	53

Department Store Sales and
Stocks

Revised Estimates, 1981

Ventes et stocks des grands magasins

Estimations révisées, 1981

TABLE 16. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, Revised, 1981

No.	Department	January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		thousands of dollars					
		milliers de dollars					
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	9,808	10,687	13,800	18,144	21,305	18,920
2	Women's and misses' coats and suits	11,756	11,611	14,528	13,825	8,038	5,641
3	Women's and misses' sportswear	27,203	28,105	38,924	45,461	48,565	45,732
4	Furs	4,811	2,489	1,607	665	1,004	505
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	14,971	14,616	17,920	22,565	20,105	19,912
6	Girls' and teenage girls' wear	8,723	10,210	14,378	15,654	14,453	14,266
7	Lingerie and women's sleepwear	9,561	9,769	11,417	13,930	15,649	15,125
8	Intimate apparel	7,532	6,232	8,439	9,835	10,080	10,016
9	Millinery	1,087	826	835	1,080	889	861
10	Women's and girls' hosiery	7,540	6,509	8,287	9,571	8,801	7,813
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	8,575	8,318	10,865	13,035	12,908	11,946
12	Women's, misses' and children's footwear	14,412	13,540	20,786	24,252	23,659	21,787
13	Men's clothing	24,373	22,052	31,761	33,448	32,365	35,446
14	Men's furnishings	22,109	19,530	25,641	28,996	30,041	40,929
15	Boys' clothing and furnishings	6,533	6,296	8,733	11,271	9,899	9,065
16	Men's and boys' footwear	9,207	9,134	12,973	16,099	15,262	15,587
17	Food and kindred products	50,303	52,199	45,641	55,578	55,032	48,421
18	Toiletries, cosmetics and drugs	32,941	31,208	34,202	37,342	39,145	37,746
19	Photographic equipment and supplies	9,571	8,105	9,610	11,099	11,938	14,265
20	Piece goods	4,803	4,769	5,646	5,513	5,080	4,476
21	Linens and domestics	25,026	14,037	17,719	20,850	22,140	23,721
22	Smallwares and notions	9,645	7,433	7,705	7,832	6,611	6,449
23	China and glassware	8,618	7,513	9,185	10,292	11,273	11,150
24	Floor coverings	11,024	10,881	12,774	12,964	13,189	12,783
25	Draperies, curtains and furniture coverings	11,240	9,841	13,266	15,226	15,506	16,259
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7,723	6,000	7,279	8,084	7,691	7,786
27	Furniture	51,779	33,863	43,708	43,366	50,772	62,374
28	Major appliances	41,225	28,750	37,101	39,540	42,711	56,733
29	Television, radio and music	29,673	22,323	27,023	27,020	26,041	26,238
30	Housewares and small electrical appliances	23,260	24,161	22,978	28,984	32,769	31,318
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	19,927	18,121	21,129	29,065	34,404	31,872
32	Plumbing, heating and building materials	6,698	6,417	8,011	10,266	11,568	10,613
33	Jewellery	9,978	11,412	15,011	17,815	20,026	19,008
34	Toys and games	6,940	7,575	9,326	13,502	11,198	11,544
35	Sporting goods and luggage	21,026	15,538	21,135	28,348	32,164	35,210
36	Stationery, books and magazines	18,214	16,712	17,389	19,520	19,991	19,964
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	12,800	11,863	14,887	17,924	17,922	17,772
38	Meals and lunches	17,687	16,508	19,223	19,606	20,716	20,420
39	Repairs and services	5,608	4,855	5,902	5,965	6,060	6,494
40	All other departments	19,911	18,759	21,974	30,063	35,911	29,567
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	643,821	568,767	688,718	793,595	822,881	835,934

TABLEAU 16. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, révisées, 1981

July	August	September	October	November	December	Rayon	Nº
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
thousands of dollars							
milliers de dollars							
16,176	15,317	16,936	16,142	18,422	22,884	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
6,968	15,494	19,572	25,445	21,348	23,825	formes pour dames et jeunes filles	7
40,102	44,891	59,595	50,485	52,641	69,579	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
1,373	2,230	2,798	3,621	4,534	6,983	filles	
20,064	23,446	24,474	25,353	25,821	36,141	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
						Fourrures	4
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
						de chambres d'enfants	
12,514	22,716	18,164	16,397	17,935	25,080	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
14,883	12,556	15,275	16,573	23,931	43,194	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
9,121	9,005	9,595	8,636	9,500	13,078	Sous-vêtements	8
880	896	1,473	2,140	3,123	4,010	Chapeaux	9
6,326	7,371	10,671	10,951	10,687	15,610	Bas pour dames et fillettes	10
10,100	11,465	16,622	16,610	21,370	35,269	Gants, moufles et articles de parure pour	11
17,647	22,092	28,658	28,312	26,357	31,285	dames et fillettes	
25,607	31,640	41,066	42,075	50,138	68,653	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
28,538	28,001	36,211	37,555	56,257	100,910	enfants	
8,615	16,358	11,823	11,728	13,650	22,276	Vêtements pour hommes	13
						Articles d'habillement pour hommes	14
						Vêtements et articles d'habillement pour	15
						garçons	
11,922	14,047	17,229	17,180	17,883	23,428	Chaussures pour hommes et garçons	16
48,828	55,663	47,841	55,883	66,405	76,484	Produits alimentaires et connexes	17
37,578	37,900	39,387	42,986	50,464	100,618	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
						caments	
13,638	14,569	12,616	12,975	16,610	32,243	Appareils et fournitures photographiques	19
3,600	4,549	5,690	6,016	6,187	4,614	Tissus à la pièce	20
26,971	23,561	25,639	25,067	25,239	39,579	Literie et linge de maison	21
7,182	7,461	10,315	10,730	10,040	12,613	Menus articles	22
10,887	9,777	11,956	11,195	18,302	36,117	Porcelaine et verrerie	23
12,872	11,386	12,251	14,107	13,977	12,290	Revêtements de plancher	24
16,972	14,236	14,883	15,941	15,915	17,810	Tentures, rideaux et housses	25
8,524	8,016	8,705	9,260	13,027	20,351	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
47,539	38,121	44,423	42,264	41,444	42,258	d'ameublement pour la maison	
45,413	37,682	39,370	41,557	38,119	43,404	Meubles	27
29,586	29,703	32,669	35,881	45,607	70,145	Gros appareils ménagers	28
31,439	30,838	29,300	34,345	42,506	75,242	Télévision, radio et musique	29
						Articles de ménage et petits appareils élec-	30
						triques	
26,987	24,812	23,797	27,037	26,870	37,750	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
9,805	9,067	9,035	10,484	9,390	9,361	etc.	
16,523	17,329	22,176	19,318	33,420	67,772	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
12,997	12,622	12,222	21,265	47,726	76,866	truction	
30,782	24,928	22,802	23,452	28,382	53,741	Bijouterie	33
						Jouets et jeux	34
						Articles de sport et valises	35
18,478	27,279	26,339	23,250	31,925	60,674	Papeterie, livres et revues	36
18,152	17,457	16,088	22,472	22,668	23,007	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
20,346	20,783	20,406	21,913	23,161	30,894	réparation et fournitures	
6,465	6,104	6,924	8,267	9,569	9,607	Repas et casse-croûtes	38
25,343	25,124	23,394	27,681	25,948	47,040	Services et travaux de réparation	39
						Tous autres rayons	40
757,743	786,492	848,390	892,549	1,036,498	1,542,685	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 17. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, Revised, 1981

No.	Department	January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		thousands of dollars					
		milliers de dollars					
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	35,947	41,730	44,328	55,969	49,413	38,589
2	Women's and misses' coats and suits	31,117	35,840	35,900	36,639	30,745	30,899
3	Women's and misses' sportswear	84,899	98,872	107,745	130,815	122,381	101,823
4	Furs	20,721	19,961	20,451	20,556	19,695	18,899
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	50,480	55,075	56,272	76,907	70,683	63,773
6	Girls' and teenage girls' wear	28,872	35,980	38,788	48,967	46,640	38,437
7	Lingerie and women's sleepwear	33,306	35,848	39,723	49,957	48,072	41,168
8	Intimate apparel	25,823	27,333	26,236	30,795	33,644	28,072
9	Millinery	1,378	1,355	901	1,238	1,594	1,048
10	Women's and girls' hosiery	21,169	22,367	23,494	27,942	26,709	22,706
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	40,051	43,275	47,580	55,365	52,679	44,257
12	Women's, misses' and children's footwear	72,985	83,066	91,606	106,254	99,553	91,070
13	Men's clothing	117,122	149,369	149,009	172,875	166,261	136,527
14	Men's furnishings	109,875	120,376	127,486	151,610	142,967	122,672
15	Boys' clothing and furnishings	33,935	39,046	35,587	41,687	37,542	36,366
16	Men's and boys' footwear	55,615	63,448	71,063	84,390	85,762	77,005
17	Food and kindred products	30,609	29,031	33,645	33,677	32,501	34,240
18	Toiletries, cosmetics and drugs	133,985	124,230	126,930	146,384	144,414	131,644
19	Photographic equipment and supplies	44,826	45,546	43,312	54,351	54,318	44,789
20	Piece goods	29,941	32,785	30,769	33,080	30,595	28,897
21	Linens and domestics	80,727	98,140	99,678	113,586	116,929	108,185
22	Smallwares and notions	31,553	39,812	34,905	43,622	44,065	42,666
23	China and glassware	66,909	65,701	75,996	84,544	87,774	82,803
24	Floor coverings	50,018	51,094	51,479	57,259	61,163	61,476
25	Draperies, curtains and furniture coverings	59,629	63,904	64,393	72,113	71,402	64,087
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	37,190	43,761	43,915	48,530	53,948	46,884
27	Furniture	174,114	174,744	183,053	221,376	219,639	192,493
28	Major appliances	62,651	69,644	69,783	78,594	70,962	60,446
29	Television, radio and music	105,713	104,246	111,940	126,303	121,544	115,867
30	Housewares and small electrical appliances	106,557	114,448	121,968	145,529	145,790	132,266
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	90,614	103,835	115,807	135,942	141,819	121,033
32	Plumbing, heating and building materials	33,493	31,955	26,680	33,870	33,349	28,448
33	Jewellery	97,919	105,703	106,696	121,328	116,950	104,228
34	Toys and games	64,467	65,266	64,302	78,559	70,437	62,883
35	Sporting goods and luggage	92,932	108,740	119,058	157,523	155,299	132,515
36	Stationery, books and magazines	71,028	73,912	73,817	90,177	89,696	87,607
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	37,974	44,479	38,770	48,852	51,077	38,558
38	Meals and lunches	2,266	2,176	1,632	2,513	2,153	2,106
39	Repairs and services	4,550	4,516	4,388	5,434	5,700	4,750
40	All other departments	47,683	59,842	66,708	82,088	84,531	71,970
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,320,643	2,530,251	2,625,793	3,107,200	3,040,395	2,694,152

(1) At selling value.

TABLEAU 17. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, révisés, 1981

July	August	September	October	November	December	Rayon	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		NO
Thousands of dollars							
milliers de dollars							
42,137	40,505	42,691	61,182	53,746	45,831	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
63,446	62,840	65,741	74,809	60,150	35,304	formes pour dames et jeunes filles	
113,346	115,724	112,960	145,499	137,605	98,255	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
18,902	20,839	23,072	26,692	25,164	21,783	filles	
89,974	76,715	68,559	96,132	77,985	67,443	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
						Fourrures	4
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
						de chambres d'enfants	
57,438	52,219	45,414	58,640	47,906	34,701	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
43,564	44,197	43,945	66,918	68,621	40,855	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
31,142	30,697	26,044	38,582	37,252	31,897	Sous-vêtements	8
1,200	1,035	1,372	2,302	3,278	3,027	Chapeaux	9
24,402	26,819	21,432	26,808	26,604	20,860	Bas pour dames et fillettes	10
48,097	46,955	41,520	62,417	58,659	37,112	Gants, moufles et articles de parure pour	11
94,488	93,112	85,055	107,164	97,725	94,195	dames et fillettes	
164,103	194,816	161,877	217,065	199,866	166,447	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
139,331	143,484	142,050	189,713	168,170	107,165	enfants	
57,773	41,163	40,975	58,443	46,414	34,246	Vêtements pour hommes	13
						Articles d'habillement pour hommes	14
						Vêtements et articles d'habillement pour	15
						garçons	
83,145	80,908	71,868	97,593	86,002	76,019	Chaussures pour hommes et garçons	16
32,756	25,917	26,965	37,527	41,887	25,657	Produits alimentaires et connexes	17
143,364	135,627	135,837	207,606	208,185	151,994	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
						caments	
53,225	53,831	48,302	73,471	60,613	44,962	Appareils et fournitures photographiques	19
30,163	29,533	26,989	33,103	31,952	30,923	Tissus à la pièce	20
111,078	105,339	94,325	130,265	129,646	119,640	Literie et linge de maison	21
45,703	42,259	38,554	44,062	38,944	42,553	Menus articles	22
84,634	85,099	80,387	97,388	98,820	106,239	Porcelaine et verrerie	23
65,529	63,686	54,111	65,319	59,510	66,289	Revêtements de plancher	24
71,954	68,332	61,324	80,445	76,572	76,095	Tentures, rideaux et housses	25
50,140	52,219	46,732	62,781	56,350	43,282	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
212,791	207,412	188,708	242,562	214,334	237,373	d'ameublement pour la maison	
72,255	69,592	63,851	86,627	85,708	81,194	Meubles	27
118,265	116,717	110,165	154,115	149,488	128,437	Gros appareils ménagers	28
138,204	136,469	129,367	166,700	166,421	125,107	Télévision, radio et musique	29
						Articles de ménage et petits appareils élec-	30
						triques	
151,845	146,709	119,215	172,110	142,527	123,138	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
33,305	31,853	27,256	36,505	32,824	34,101	etc.	
113,723	112,761	102,865	144,247	140,658	108,515	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
70,143	86,882	96,378	141,697	112,172	55,096	truction	
135,546	124,985	129,106	188,390	152,274	123,644	Bijouterie	33
						Jouets et jeux	34
						Articles de sport et valises	35
97,991	89,680	86,411	115,662	100,573	74,564	Papeterie, livres et revues	36
47,958	48,434	41,012	62,225	55,509	47,423	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
1,333	1,150	1,314	1,524	1,386	1,341	réparation et fournitures	
6,565	5,850	5,572	6,800	5,825	4,462	Repas et casse-croûtes	38
77,752	74,219	67,876	90,234	80,260	77,034	Services et travaux de réparation	39
						Tous autres rayons	40
3,038,710	2,986,583	2,777,197	3,771,324	3,437,585	2,844,203	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 18. Department Store Monthly Sales, by Province and Selected Metropolitan Area, Revised, 1981

No.	Province and selected metropolitan area	January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		thousands of dollars					
		milliers de dollars					
1	Newfoundland	5,882	6,070	7,708	9,226	9,320	9,712
2	Prince Edward Island	3,280	3,185	3,273	4,317	4,316	4,973
3	Nova Scotia	12,104	12,952	15,077	20,085	19,956	20,309
4	New Brunswick	10,436	10,409	12,436	17,078	16,220	16,612
5	Quebec	117,240	100,803	118,332	144,957	155,061	145,497
6	Ontario	226,711	193,333	232,652	278,621	290,044	307,791
7	Manitoba	30,286	28,516	37,528	40,614	40,472	40,104
8	Saskatchewan	17,336	16,220	21,595	22,961	23,703	22,475
9	Alberta	94,659	86,057	105,574	112,504	118,234	121,475
10	British Columbia	123,894	109,290	132,072	140,829	142,628	143,632
11	Yukon and Northwest Territories	1,992	1,933	2,473	2,403	2,928	3,355
12	CANADA	643,821	568,767	688,718	793,595	822,881	835,934
13	Montréal	73,242	62,569	72,566	89,513	94,310	87,708
14	Toronto	96,024	81,007	95,652	113,130	118,197	126,725
15	Winnipeg	27,617	26,085	33,866	36,738	36,502	35,752
16	Vancouver	78,018	68,220	81,280	86,254	85,943	86,143

TABLE 19. Number of Department Store Locations, by Province and Selected Metropolitan Area, Revised, 1981

No.	Province and selected metropolitan area	January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		number					
		nombre					
1	Newfoundland	15	14	15	15	15	15
2	Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7
3	Nova Scotia	28	29	29	30	30	30
4	New Brunswick	25	25	26	26	26	26
5	Quebec	161	161	161	161	162	160
6	Ontario	280	280	285	286	286	286
7	Manitoba	36	37	37	37	37	37
8	Saskatchewan	26	26	26	26	26	26
9	Alberta	65	65	65	66	67	68
10	British Columbia	95	95	96	96	96	96
11	Yukon and Northwest Territories	7	7	7	7	7	7
12	CANADA	745	746	754	757	759	758
13	Montréal	80	80	80	80	80	80
14	Toronto	80	80	84	84	84	84
15	Winnipeg	29	29	29	29	29	29
16	Vancouver	40	40	40	40	40	40

Department Store Sales and
Stocks, Seasonally Adjusted

Revised Estimates, 1980
and 1981

Ventes et stocks des grands
magasins, désaisonnalisées

Estimations révisées,
1980 et 1981

TABLE 20. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, Revised, 1980

No.	Department	January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		thousands of dollars					
		milliers de dollars					
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	14,027	13,587	14,900	14,554	15,584	14,738
2	Women's and misses' coats and suits	15,464	14,827	13,763	14,918	15,027	15,011
3	Women's and misses' sportswear	36,861	35,484	35,480	37,146	38,051	37,134
4	Furs	2,196	2,476	2,770	2,327	2,262	2,426
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	20,140	18,208	17,745	18,437	18,722	18,675
6	Girls' and teenage girls' wear	14,620	13,662	14,198	14,975	14,884	15,153
7	Lingerie and women's sleepwear	15,000	13,910	14,576	14,260	14,879	14,482
8	Intimate apparel	7,973	7,863	7,891	7,975	8,125	8,078
9	Millinery	1,402	1,444	1,418	1,432	1,391	1,333
10	Women's and girls' hosiery	8,192	8,002	7,943	8,129	8,256	8,743
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	12,389	11,656	12,509	12,688	13,189	13,430
12	Women's, misses' and children's footwear	20,520	20,119	19,243	21,470	21,113	21,449
13	Men's clothing	36,757	32,635	31,268	34,037	33,992	36,150
14	Men's furnishings	33,470	32,682	32,606	32,637	33,207	33,815
15	Boys' clothing and furnishings	10,756	9,790	9,684	11,499	10,988	11,252
16	Men's and boys' footwear	12,833	12,713	12,682	13,215	13,305	13,881
17	Food and kindred products	44,856	45,958	46,569	44,685	47,582	48,291
18	Toiletries, cosmetics and drugs	35,913	35,662	36,355	37,194	36,802	37,776
19	Photographic equipment and supplies	12,944	12,540	12,640	12,591	12,784	13,115
20	Piece goods	5,830	5,562	5,637	5,446	5,343	5,601
21	Linens and domestics	21,433	20,938	21,676	20,744	21,213	21,237
22	Smallwares and notions	7,857	7,676	7,921	7,812	7,744	7,980
23	China and glassware	10,450	11,079	11,166	10,508	10,765	11,047
24	Floor coverings	12,322	12,261	12,271	11,786	12,345	12,487
25	Draperies, curtains and furniture coverings	13,239	13,295	13,393	13,427	13,195	13,291
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8,657	8,422	8,131	7,851	7,916	8,058
27	Furniture	40,598	40,912	41,206	40,645	42,302	42,116
28	Major appliances	36,704	37,137	36,408	34,815	35,622	34,776
29	Television, radio and music	29,015	28,963	30,067	27,699	28,474	30,068
30	Housewares and small electrical appliances	30,395	28,194	29,555	28,938	30,098	30,340
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	25,448	24,604	23,484	24,549	24,667	24,412
32	Plumbing, heating and building materials	7,503	7,499	7,489	7,692	8,359	7,027
33	Jewellery	20,716	19,937	20,185	18,325	19,905	20,621
34	Toys and games	17,753	17,569	17,679	17,397	17,578	17,954
35	Sporting goods and luggage	25,054	25,313	25,206	26,848	25,666	24,538
36	Stationery, books and magazines	21,780	20,616	21,473	20,859	21,620	22,649
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	16,606	15,036	14,928	16,153	16,309	15,296
38	Meals and lunches	17,798	17,530	17,961	17,940	17,635	18,421
39	Repairs and services	5,638	5,535	5,688	5,843	5,931	5,975
40	All other departments	25,439	23,873	24,530	25,116	25,204	26,714
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	753,071	735,245	740,251	746,790	757,851	765,973

Each department, including the "TOTAL, ALL DEPARTMENTS", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "TOTAL, ALL DEPARTMENTS".

TABLEAU 20. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, révisées, 1980

July	August	September	October	November	December	Rayon	N°
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
Thousands of dollars							
milliers de dollars							
15,283	15,233	15,539	15,513	16,002	16,263	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
14,531	14,895	14,417	14,341	14,755	15,060	formes pour dames et jeunes filles	2
39,651	39,626	41,187	41,516	40,036	41,190	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	3
2,490	2,297	2,555	2,532	3,080	2,794	filles	4
19,617	18,368	19,305	19,565	19,577	20,137	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	5
						Fourrures	6
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	7
						de chambres d'enfants	8
15,751	15,194	15,426	15,619	15,694	15,754	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	9
15,534	15,307	16,144	15,932	15,866	15,801	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	10
8,387	8,311	8,503	8,587	8,549	8,703	Sous-vêtements	11
1,421	1,387	1,497	1,602	1,570	1,528	Chapeaux	12
8,990	8,521	8,533	8,768	8,639	8,816	Bas pour dames et fillettes	13
13,742	13,478	13,892	13,760	13,959	14,040	Gants, moufles et articles de parure pour	14
20,679	20,922	21,405	21,760	21,405	21,556	dames et fillettes	15
36,262	35,484	35,110	35,412	35,678	36,763	Chaussures pour dames, jeunes filles et	16
34,741	34,557	34,701	35,327	35,313	35,780	enfants	17
11,528	11,370	11,136	11,138	11,215	11,355	Vêtements pour hommes	18
						Articles d'habillement pour hommes	19
						Vêtements et articles d'habillement pour	20
						garçons	21
14,414	13,646	14,618	14,309	14,378	14,863	Chaussures pour hommes et garçons	22
47,645	48,959	49,079	47,939	51,508	51,747	Produits alimentaires et connexes	23
38,793	38,395	39,925	39,276	39,428	40,916	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	24
						caments	25
13,273	12,883	13,336	13,690	13,731	13,633	Appareils et fournitures photographiques	26
5,723	5,319	5,900	5,627	5,602	5,446	Tissus à la pièce	27
23,433	22,277	23,044	23,129	22,960	23,310	Literie et linge de maison	28
8,364	8,156	8,619	8,628	8,547	8,433	Menus articles	29
10,759	10,226	11,848	11,613	11,687	11,592	Porcelaine et verrerie	30
13,313	12,485	12,060	12,709	12,963	13,634	Revêtements de plancher	31
13,619	13,185	13,524	13,678	13,813	14,127	Tentures, rideaux et housses	32
9,083	8,356	8,624	8,677	9,005	9,183	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	33
43,323	40,987	42,986	43,878	45,882	45,897	d'ameublement pour la maison	34
37,639	38,181	38,161	39,939	40,854	39,397	Meubles	35
29,739	30,065	30,444	31,768	31,988	31,606	Gros appareils ménagers	36
31,320	30,369	31,309	31,464	32,101	32,547	Télévision, radio et musique	37
						Articles de ménage et petits appareils élec-	38
						triques	39
27,111	24,610	25,257	25,656	25,227	26,302	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	40
8,192	8,550	8,191	8,864	8,718	9,236	etc.	41
20,585	20,188	21,755	21,156	21,351	21,694	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	42
18,996	18,194	18,837	19,956	19,118	19,747	truction	43
26,813	26,948	27,246	26,908	27,315	28,196	Bijouterie	44
						Jouets et jeux	45
						Articles de sport et valises	46
24,580	22,850	23,287	22,738	22,898	23,858	Papeterie, livres et revues	47
16,051	15,921	16,224	16,452	17,130	17,644	Essence, huile, accessoires d'automobile,	48
18,569	17,791	18,873	19,078	19,230	19,872	réparation et fournitures	49
5,733	5,647	5,850	5,818	5,999	6,261	Repas et casse-croûtes	50
26,738	26,027	26,739	26,008	26,538	27,900	Services et travaux de réparation	51
795,896	776,538	795,121	798,467	807,962	819,944	Tous autres rayons	52
						TOTAL, TOUS RAYONS	53

(1) Chaque rayon, incluant "TOTAL, TOUS RAYONS", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "TOTAL, TOUS RAYONS".

TABLE 21. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, Revised, 1981(1)

Department No.		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		thousands of dollars					
		milliers de dollars					
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	16,500	16,139	16,227	16,844	16,221	16,355
2	Women's and misses' coats and suits	15,274	16,957	13,890	14,072	14,262	14,154
3	Women's and misses' sportswear	43,752	43,772	45,341	46,745	44,116	46,356
4	Furs	2,802	2,177	2,515	2,565	5,282	3,039
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	21,096	21,640	21,354	22,742	21,375	23,029
6	Girls' and teenage girls' wear	15,994	16,741	16,178	16,041	15,693	16,046
7	lingerie and women's sleepwear	16,909	16,653	16,149	16,825	16,150	16,843
8	Intimate apparel	9,391	8,883	9,254	9,238	9,181	9,125
9	Millinery	1,312	1,486	1,507	1,496	1,345	1,429
10	Women's and girls' hosiery	8,888	8,893	9,149	9,200	8,931	9,109
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	14,308	14,446	14,611	15,002	14,166	14,640
12	Women's, misses' and children's footwear	22,464	24,558	23,617	22,595	22,246	22,915
13	Men's clothing	36,436	37,035	35,563	36,432	37,141	36,711
14	Men's furnishings	36,889	35,721	37,252	38,007	37,576	39,097
15	Boys' clothing and furnishings	11,369	11,592	10,598	11,797	11,388	11,234
16	Men's and boys' footwear	14,179	15,545	15,532	14,964	15,010	15,042
17	Food and kindred products	57,560	54,400	50,499	53,740	53,041	54,213
18	Toiletries, cosmetics and drugs	41,698	41,434	41,406	41,631	42,496	42,985
19	Photographic equipment and supplies	13,060	13,634	13,467	13,676	13,973	14,521
20	Piece goods	5,411	5,577	5,306	5,190	4,783	4,899
21	Linens and domestics	23,676	22,538	23,482	24,804	24,639	25,237
22	Smallwares and notions	8,781	8,805	8,526	8,451	8,378	8,671
23	China and glassware	12,546	12,715	12,873	13,130	12,730	13,503
24	Floor coverings	12,974	13,359	13,371	13,279	13,101	13,272
25	Draperies, curtains and furniture coverings	14,220	14,449	14,631	14,344	14,910	15,517
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	10,181	9,070	9,026	9,073	9,452	9,708
27	Furniture	47,527	45,066	48,008	47,524	47,917	62,366
28	Major appliances	41,880	41,083	42,207	44,472	41,583	56,182
29	Television, radio and music	32,896	31,946	32,725	34,316	34,506	36,742
30	Housewares and small electrical appliances	33,000	34,020	31,492	33,907	33,806	34,887
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	26,688	27,066	27,043	27,943	27,829	28,065
32	Plumbing, heating and building materials	9,211	9,236	9,420	9,407	8,978	8,797
33	Jewellery	20,038	21,624	22,045	22,262	22,603	22,539
34	Toys and games	19,518	20,103	19,468	20,445	18,420	19,985
35	Sporting goods and luggage	27,227	27,384	30,597	28,449	28,393	28,287
36	Stationery, books and magazines	23,406	24,149	23,796	24,739	24,457	24,624
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	16,488	17,347	17,338	17,090	17,631	17,890
38	Meals and lunches	20,027	20,647	20,640	20,817	21,460	21,234
39	Repairs and services	6,297	6,202	6,496	6,678	6,372	6,492
40	All other departments	26,864	27,608	26,564	27,568	25,980	26,236
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	838,794	842,268	837,388	859,260	847,868	891,988

1 Each department, including the "TOTAL, ALL DEPARTMENTS", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "TOTAL, ALL DEPARTMENTS".

TABLEAU 21. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, révisées, 1981(1)

July	August	September	October	November	December	Rayon	N°
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
Thousands of dollars							
milliers de dollars							
16,804	16,483	16,500	16,451	18,011	16,247	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
14,736	14,773	14,888	15,387	14,482	14,861	formes pour dames et jeunes filles	2
45,759	46,103	47,500	47,015	47,204	46,188	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	3
2,764	2,360	2,608	2,958	2,618	3,012	filles	4
22,347	22,212	21,831	22,050	22,652	22,649	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	5
						Fourrures	6
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	7
						de chambres d'enfants	8
15,729	16,203	15,655	15,555	15,744	15,772	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	9
16,673	16,778	16,868	17,074	17,562	16,980	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	10
8,986	9,281	9,162	9,363	9,907	9,318	Sous-vêtements	11
1,391	1,474	1,593	1,494	1,582	1,622	Chapeaux	12
8,983	8,981	9,248	9,319	9,456	9,463	Bas pour dames et fillettes	13
14,543	15,201	15,647	15,444	14,769	14,421	Gants, moufles et articles de parure pour	14
23,308	22,490	22,486	22,325	22,310	22,793	dames et fillettes	15
36,221	37,741	37,343	36,231	36,586	36,127	Chaussures pour dames, jeunes filles et	16
37,697	38,125	39,109	38,334	38,239	37,597	enfants	17
11,183	11,463	11,321	11,060	11,574	11,623	Vêtements pour hommes	18
						Articles d'habillement pour hommes	19
						Vêtements et articles d'habillement pour	20
						garçons	
14,325	15,435	15,104	15,010	15,293	14,691	Chaussures pour hommes et garçons	21
54,427	55,728	54,805	56,008	58,608	55,417	Produits alimentaires et connexes	22
42,816	43,629	44,527	44,308	45,253	45,403	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	23
						caments	24
13,524	14,639	13,981	14,279	14,757	13,570	Appareils et fournitures photographiques	25
4,772	4,962	4,922	4,927	5,461	4,779	Tissus à la pièce	26
24,538	24,306	23,229	24,028	23,785	24,195	Literie et linge de maison	27
8,591	8,821	8,870	9,146	8,634	8,409	Menus articles	28
13,128	12,413	12,688	13,012	13,302	13,203	Porcelaine et verrerie	29
12,718	12,320	11,762	11,513	11,714	11,844	Revêtements de plancher	30
15,331	15,056	14,221	14,297	14,748	15,093	Tentures, rideaux et housses	31
9,764	9,264	9,023	9,191	9,561	9,227	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	32
39,746	38,076	41,864	41,131	41,434	42,581	d'ameublement pour la maison	33
37,315	36,616	35,701	38,662	38,521	39,495	Meubles	34
34,453	33,152	29,713	33,400	35,337	33,219	Gros appareils ménagers	35
32,603	33,939	32,045	36,572	35,479	34,190	Télévision, radio et musique	36
						Articles de ménage et petits appareils élec-	37
						triques	
27,708	27,133	24,926	24,176	26,263	26,943	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	38
8,789	9,785	8,816	9,412	9,655	9,496	etc.	39
22,019	22,676	23,086	22,738	24,391	22,034	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	40
20,041	21,092	20,683	20,450	21,067	20,522	truction	41
28,000	28,756	28,118	27,663	27,072	27,918	Bijouterie	42
						Jouets et jeux	43
						Articles de sport et valises	44
24,543	25,556	25,212	25,706	25,325	26,059	Papeterie, livres et revues	45
18,017	19,160	17,841	18,370	18,508	16,870	Essence, huile, accessoires d'automobile,	46
20,811	20,864	21,221	21,118	21,225	21,341	réparation et fournitures	47
7,103	6,934	6,989	7,168	7,306	7,251	Repas et casse-croûtes	48
26,485	27,621	28,528	28,812	28,477	29,675	Services et travaux de réparation	49
						Tous autres rayons	50
842,770	848,742	839,130	845,669	866,384	851,917	TOTAL, TOUS RAYONS	51

(1) Chaque rayon, incluant "TOTAL, TOUS RAYONS", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "TOTAL, TOUS RAYONS".

TABLE 22. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, Revised, 1980

Department		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.		thousands of dollars					
		milliers de dollars					
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	37,397	38,655	38,041	38,972	37,795	39,961
2	Women's and misses' coats and suits	40,102	44,306	43,256	41,477	43,227	41,011
3	Women's and misses' sportswear	92,966	94,179	93,176	92,480	95,736	93,855
4	Furs	19,594	18,299	19,030	19,928	19,936	19,472
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	64,322	65,709	61,261	60,762	60,102	57,734
6	Girls' and teenage girls' wear	40,899	41,596	39,701	38,014	38,614	34,869
7	Lingerie and women's sleepwear	41,176	40,309	38,575	40,233	40,348	38,588
8	Intimate apparel	25,544	25,894	25,892	24,352	25,925	25,963
9	Millinery
10	Women's and girls' hosiery	20,417	19,663	19,004	19,232	19,677	19,184
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	43,021	41,608	44,152	37,195	36,273	41,957
12	Women's, misses' and children's footwear	84,974	85,797	90,176	90,984	91,402	87,937
13	Men's clothing	144,891	143,747	146,343	146,687	155,950	146,296
14	Men's furnishings	125,039	124,134	125,201	126,775	126,894	125,726
15	Boys' clothing and furnishings	39,994	41,434	40,425	39,784	39,903	39,093
16	Men's and boys' footwear	62,319	62,720	64,595	62,544	66,584	63,300
17	Food and kindred products
18	Toiletries, cosmetics and drugs	127,257	125,654	124,215	130,704	132,866	126,186
19	Photographic equipment and supplies	43,572	44,168	43,754	46,215	46,297	45,390
20	Piece goods	33,534	32,900	32,530	33,174	33,375	33,601
21	Linens and domestics	89,511	84,635	84,625	83,421	88,378	89,750
22	Smallwares and notions	32,969	32,393	33,032	33,718	34,049	33,756
23	China and glassware	65,322	63,623	63,409	64,644	64,662	66,887
24	Floor coverings	51,747	49,076	49,820	49,575	49,919	49,838
25	Draperies, curtains and furniture coverings	64,850	61,671	61,273	62,528	64,557	63,620
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	40,837	39,659	40,142	40,827	42,674	43,872
27	Furniture	194,578	183,781	174,240	185,790	181,600	177,579
28	Major appliances	57,856	56,330	55,448	56,169	57,310	56,653
29	Television, radio and music	101,171	100,228	97,347	98,031	101,035	100,300
30	Housewares and small electrical appliances	117,094	109,718	114,651	108,554	112,538	114,771
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	103,010	103,756	104,124	109,397	111,138	107,208
34	Toys and games	72,770	75,643	72,377	72,104	76,704	77,507
35	Sporting goods and luggage	129,070	122,072	118,196	121,485	121,812	122,323
36	Stationery, books and magazines	75,500	72,477	73,302	73,920	76,099	73,813
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies
38	Meals and lunches
39	Repairs and services
40	All other departments
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,542,390	2,539,052	2,529,591	2,576,159	2,609,714	2,557,047

1) Each department, including the "TOTAL, ALL DEPARTMENTS", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "TOTAL, ALL DEPARTMENTS".

TABLEAU 22. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, révisés, 1980

July	August	September	October	November	December	Rayon	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		No
thousands of dollars							
milliers de dollars							
41,676	39,950	39,826	39,248	40,029	41,497	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
42,379	43,270	41,835	45,805	44,193	49,377	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
97,112	96,319	95,593	98,413	99,618	106,535	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
18,149	16,158	18,914	19,010	18,804	20,551	Fourrures	4
58,467	56,665	58,562	60,930	62,539	63,823	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
43,272	39,466	39,926	38,989	40,096	41,717	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
39,351	38,616	40,697	41,916	40,583	42,312	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
27,910	26,918	24,664	26,920	28,554	29,965	Sous-vêtements	8
...	Chapeaux	9
20,072	20,194	19,637	20,686	21,424	25,178	Bas pour dames et fillettes	10
41,562	38,606	41,257	41,950	41,713	44,944	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
85,137	82,579	84,391	90,064	90,823	93,139	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
146,089	145,314	148,868	156,341	161,952	171,735	Vêtements pour hommes	13
128,680	121,277	119,950	124,502	124,815	137,070	Articles d'habillement pour hommes	14
40,841	37,277	36,578	37,175	36,945	38,826	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
64,143	60,727	59,311	63,399	66,862	69,465	Chaussures pour hommes et garçons	16
...	Produits alimentaires et connexes	17
130,892	125,801	124,358	128,842	135,124	138,626	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
47,813	46,465	45,578	46,434	47,710	48,139	Appareils et fournitures photographiques	19
35,565	33,917	34,480	34,912	35,343	34,528	Tissus à la pièce	20
88,220	88,971	91,392	84,563	94,566	98,695	Literie et linge de maison	21
34,130	33,845	33,607	38,971	34,966	36,574	Menus articles	22
68,475	67,107	71,402	67,886	70,591	77,919	Porcelaine et verrerie	23
51,326	48,295	50,454	49,954	49,629	49,312	Revêtements de plancher	24
65,090	63,890	64,206	64,878	64,563	66,665	Tentures, rideaux et housses	25
44,917	43,676	44,287	46,172	46,124	45,684	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
181,710	178,019	177,989	184,117	184,515	186,246	Meubles	27
62,078	58,186	63,014	62,892	59,871	64,282	Gros appareils ménagers	28
104,608	102,803	107,564	112,686	110,848	116,027	Télévision, radio et musique	29
125,937	117,858	120,751	122,579	124,381	125,450	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
...	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
...	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
106,101	104,274	104,021	106,795	110,098	112,249	Bijouterie	33
81,395	74,887	77,688	78,593	82,007	82,082	Jouets et jeux	34
124,002	120,227	119,048	122,525	126,460	124,222	Articles de sport et valises	35
76,831	76,374	77,920	73,800	79,220	82,973	Papeterie, livres et revues	36
...	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
...	Repas et casse-croûtes	38
...	Services et travaux de réparation	39
...	Tous autres rayons	40
2,619,473	2,551,737	2,570,465	2,646,166	2,687,829	2,722,800	TOTAL, TOUS RAYONS	41

1) Chaque rayon, incluant "TOTAL, TOUS RAYONS", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "TOTAL, TOUS RAYONS".

TABLE 23. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, Revised, 1981(1)

No.	Department	January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		thousands of dollars					
		milliers de dollars					
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	40,149	42,060	41,494	46,596	44,451	45,091
2	Women's and misses' coats and suits	43,348	41,862	41,868	46,576	45,722	45,122
3	Women's and misses' sportswear	102,529	106,343	104,171	110,165	106,895	109,239
4	Furs	21,250	22,752	26,001	24,090	22,753	22,965
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	60,485	64,125	63,161	70,335	68,535	70,564
6	Girls' and teenage girls' wear	38,783	40,563	41,184	44,838	43,316	42,760
7	Lingerie and women's sleepwear	42,913	42,842	41,868	44,640	43,748	45,593
8	Intimate apparel	25,573	28,461	27,672	30,336	31,383	30,663
9	Millinery
10	Women's and girls' hosiery	23,541	24,285	24,101	25,957	24,528	24,257
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	47,544	47,815	50,223	51,434	50,775	50,681
12	Women's, misses' and children's footwear	88,560	91,035	90,105	94,294	92,526	94,139
13	Men's clothing	152,987	161,670	158,725	170,394	163,479	166,078
14	Men's furnishings	130,805	136,604	137,549	140,709	131,272	137,914
15	Boys' clothing and furnishings	39,143	40,461	40,309	40,868	39,096	40,711
16	Men's and boys' footwear	68,270	74,577	70,930	75,156	76,358	81,317
17	Food and kindred products
18	Toiletries, cosmetics and drugs	133,279	146,153	139,960	138,447	137,796	142,085
19	Photographic equipment and supplies	45,132	50,970	50,297	52,823	52,046	51,761
20	Piece goods	33,101	33,145	30,561	31,009	29,234	29,888
21	Linens and domestics	89,040	99,838	101,848	103,320	103,880	105,315
22	Smallwares and notions	35,646	45,828	37,986	40,058	38,481	39,927
23	China and glassware	75,744	73,578	80,509	83,118	83,684	86,529
24	Floor coverings	50,407	53,834	53,792	55,757	58,488	59,690
25	Draperies, curtains and furniture coverings	62,343	64,072	65,737	67,166	65,601	65,922
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	42,342	48,402	45,663	47,597	48,876	46,925
27	Furniture	184,654	180,868	181,999	200,448	197,818	188,340
28	Major appliances	63,005	66,477	67,186	72,710	67,784	63,301
29	Television, radio and music	112,061	114,240	114,573	118,098	116,652	119,671
30	Housewares and small electrical appliances	116,787	125,548	124,929	132,141	134,450	134,386
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	109,066	113,129	110,201	113,181	109,578	111,534
34	Toys and games	76,048	82,600	78,229	82,133	77,089	78,040
35	Sporting goods and luggage	124,944	130,990	126,616	137,910	133,113	136,712
36	Stationery, books and magazines	79,120	84,021	84,780	89,996	83,534	91,306
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies
38	Meals and lunches
39	Repairs and services
40	All other departments
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,617,162	2,784,793	2,753,551	2,925,471	2,853,276	2,878,029

1) Each department, including the "TOTAL, ALL DEPARTMENTS", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "TOTAL, ALL DEPARTMENTS".

TABLEAU 23. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, révisés, 1981(1)

July Juillet	August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	December Décembre	Rayon	N°
thousands of dollars							
milliers de dollars							
45,963	45,989	50,600	51,973	46,503	50,872	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
50,113	47,435	49,165	49,355	49,261	45,778	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
111,616	116,267	130,095	128,983	120,449	123,659	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
20,202	18,928	19,971	20,328	20,307	20,306	Fourrures	4
73,498	72,409	72,036	81,334	72,070	75,708	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
46,821	47,357	46,111	49,117	42,156	48,296	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
46,409	43,863	47,608	50,279	51,021	52,869	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
31,982	30,754	31,189	35,655	31,443	31,691	Sous-vêtements	8
...	Chapeaux	9
23,889	23,803	23,071	24,651	24,685	24,276	Bas pour dames et fillettes	10
50,830	48,668	46,329	47,180	43,428	44,596	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
89,546	84,877	91,358	96,994	98,696	104,415	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
170,347	167,552	162,867	169,902	164,356	182,672	Vêtements pour hommes	13
139,291	140,156	144,097	143,217	139,081	142,257	Articles d'habillement pour hommes	14
47,044	41,711	41,910	44,831	41,743	42,491	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
81,648	77,492	77,661	80,448	80,721	86,616	Chaussures pour hommes et garçons	16
...	Produits alimentaires et connexes	17
148,343	151,997	156,583	164,902	156,981	170,279	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
55,017	57,837	55,944	54,665	45,784	50,738	Appareils et fournitures photographiques	19
29,858	28,695	29,747	30,614	31,560	31,435	Tissus à la pièce	20
113,966	112,562	114,802	122,740	119,085	119,674	Literie et linge de maison	21
41,356	41,134	42,996	42,932	40,712	42,018	Menus articles	22
85,588	85,576	88,187	88,090	83,857	98,775	Porcelaine et verrerie	23
64,486	62,452	61,873	63,167	61,805	60,813	Revêtements de plancher	24
70,956	70,403	71,690	76,068	75,653	74,402	Tentures, rideaux et housses	25
48,930	50,171	50,956	52,200	50,213	52,304	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
214,883	220,196	227,870	245,666	215,288	215,321	Meubles	27
76,179	78,624	79,950	84,384	78,837	74,152	Gros appareils ménagers	28
125,079	123,799	127,669	139,121	125,530	123,524	Télévision, radio et musique	29
139,208	139,564	142,749	147,172	144,400	143,958	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
...	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
...	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
119,020	115,822	118,571	122,275	112,920	120,085	Bijouterie	33
81,017	81,228	76,824	80,171	83,204	99,195	Jouets et jeux	34
138,106	128,790	133,496	144,608	134,781	144,593	Articles de sport et valises	35
92,794	84,377	89,861	92,355	81,279	93,742	Papeterie, livres et revues	36
...	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
...	Repas et casse-croûtes	38
...	Services et travaux de réparation	39
...	Tous autres rayons	40
3,003,478	2,971,521	3,013,193	3,187,136	3,004,193	3,083,503	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Chaque rayon, incluant "TOTAL, TOUS RAYONS", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "TOTAL, TOUS RAYONS".

LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland
Bowring Bros. Ltd., 281 Water St., St. John's, Newfoundland
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 190 Yonge St., Toronto, Ontario
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario
K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., Lloydminster, Saskatchewan
Ogilvy, Charles, Ltd., 126 Rideau St., Ottawa, Ontario
Ogilvy's, Jas. A., Ltd., St. Catherine St. W., Montréal, Québec
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario
Robinson, The G.W., Co. Ltd., 18 James St., Hamilton, Ontario
Sentry Dep't. Stores Ltd., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario
Simpson, The Robert, Co. Ltd., 401 Bay St., Toronto, Ontario
Simpson Sears Ltd., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
Smith's & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario
Steinberg Inc., Miracle Mart Division, Montréal, Québec
Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario
Woodward Stores (Alta.) Ltd., Vancouver, British Columbia
Woodward Stores (B.C.) Ltd., Vancouver, British Columbia
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., Weston, Ontario
Zeller's Ltd., 5250 Decarie Blvd., Montréal, Québec

SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Merchandising and Services Division in the Retail Trade sector.

Catalogue

- 3-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil. 36 pp. First Issue, 1938. (ISSN 0380-7045).

Total sales and number of outlets, by province and selected metropolitan area, and sales and inventories by department, Canada.

- 3-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil. 1 pp. First Issue, 1950. (ISSN 0709-8650).

Total sales and percentage changes of sales, by region.

- 3-005 Retail Trade. Monthly. Bil. Approx. 65 pp. First Issue, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total retail sales by province and kind of business, for chain and independent stores; seasonally adjusted sales, Canada.

- 6-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil. Approx. 15 pp. First Issue, 1932. (ISSN 0705-5595).

Number and value of new passenger cars, trucks and buses sold by province and by origin (Canada and U.S. or imported). Monthly unit sales, by type and origin, seasonally adjusted.

- 6-014 Merchandising Inventories. M. Bil. 24 pp. First Issue, 1972. (ISSN 0380-7177).

Inventories and stocks/sales ratios, by type of trade for wholesale, by department for department stores, by kind of business for chain stores and independent stores: quarterly percentage changes for independent stores by kind of business.

- 6-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil. Approx. 74 pp. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total retail sales by chain and department stores including data on floor area, inventory and accounts receivable.

CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division du commerce et des services.

Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil. 36 pages. Premier numéro, 1938. (ISSN 0380-7045).

Ventes totales et nombre de points de ventes par provinces et certaines régions métropolitaines, ventes et stocks par rayon, Canada.

- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil. 1 page. Premier numéro, 1950. (ISSN 0709-8650).

Variations en pourcentage et ventes par région.

- 63-005 Commerce de détail. Mensuel. Bilingue. Environ 65 pages. Premier numéro, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total des ventes au détail par province et genre de commerce, pour les magasins à succursales et les magasins indépendants; chiffres désaisonnalisés, Canada.

- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil. Environ 15 pages. Premier numéro, 1932. (ISSN 0705-5595).

Nombre et valeur des voitures particulières, des camions et des autobus neufs vendus par province et par lieu d'origine (Canada et É.-U. ou importés). Ventes unitaires mensuelles selon le type et l'origine, après désaisonnalisation.

- 63-014 Stocks commerciaux. M. Bil. 24 pages. Premier numéro, 1972. (ISSN 0380-7177).

Stocks et rapports stocks/ventes, par genre de commerce pour le commerce de gros, par rayon pour les grands magasins et par genre de commerce pour les magasins à succursales et magasins indépendants: variations trimestrielles en pourcentage pour les magasins indépendants suivant le genre de commerce.

- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil. Environ 74 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total des ventes au détail pour les magasins à succursales et les grands magasins, incluant des données sur la superficie total, des stocks, et comptes à recevoir.

Catalogue

- 63-213 Vending Machine Operators. A. Bil. 21 pp. First Issue, 1958. (ISSN 0527-6411).

Sales of merchandise through automatic vending machines, by type of machine and location, Canada and provinces.

- 63-218 Direct Selling Canada. A. Bil. 14 pp. First Issue, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Sales of various commodities by method of distribution; door-to-door, mail order, etc.

- 63-219 Campus Book Stores, A. Bil. Approx. 8 pp. First Issue, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Retail sales by commodities, employees and payroll, by regions, provinces and Canada, for academic years.

- 63-224 Market Research Handbook. A. Bil. 700 pp. First Issue, 1975. (ISSN 0590-9325).

The data covers such topics as general economic indicators, population characteristics, personal income and expenditure and household facilities.

- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil. 695 pp. (ISBN 0-660-506-13-0). The publication provides revised retail trade estimates for the years 1972 to 1979, both unadjusted and seasonally adjusted and also sections on definitions, concepts, classifications, methodology and data reliability.

Operating Results - Retail Trades. O. Bil. 29 pp. First Issue, 1974.

Reports in the Operating Results series contain ratios (percentages of net sales) for: purchases, inventories, cost of goods sold, gross profit, operating expense items and net profit.

Catalogue

- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A. Bil. 21 pages. Premier numéro, 1958. (ISSN 0527-6411).

Ventes de marchandise selon le genre de machine et l'emplacement, Canada et provinces.

- 63-218 La vente directe au Canada. A. Bil. 14 pages. Premier numéro, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Ventes de divers produits, par mode de distribution: démarchage, poste, etc.

- 63-219 Librairies de campus. A. Bil. Environ 8 pages. Premier numéro, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Ventes au détail par article, ainsi que nombre d'employés et la paye, par région, par province et au Canada par année scolaire.

- 63-224 Manuel statistique pour études de marché. A. Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975. (ISSN 0590-9325).

Les données portent sur des sujets tels que les indicateurs économiques généraux, les caractéristiques de la population, le revenu et les dépenses des particuliers et l'équipement ménager.

- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H. Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0). Cette publication contient des données brutes et désaisonnalisées, révisées de 1972 à 1979, des sections sur les définitions, les concepts de classement, la méthodologie ainsi que des renseignements sur la fiabilité des données.

Résultats d'exploitation - Commerce de détail. H. Bil. 29 pages. Premier numéro 1974.

Les bulletins de la série des Résultats d'exploitation contiennent des ratios (pourcentages des ventes nettes) pour les achats, les stocks, le coût des biens vendus, les bénéfices bruts, les dépenses d'exploitation et les bénéfices nets.

Catalogue

The following reports on Operating Results are available.

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1979
- 63-604 Independent Women's Retail Clothing Stores, 1975
- 63-605 Independent Retail Hardware Stores, 1976
- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977
- 63-607 Retail Drug Stores, 1978
- 63-608 Retail Florists, 1979
- 63-609 Independent Retail Jewellery Stores, 1978
- M. - Monthly A.- Annual Bil.- Bilingual
H. - Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available free on request from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue

Les publications suivantes sur les résultats d'exploitation sont maintenant disponibles.

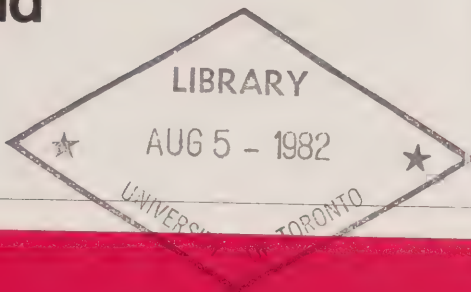
- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1979
- 63-604 Magasins indépendants de vente au détail de vêtements pour dames, 1975
- 63-605 Magasins indépendants de vente au détail de quincaillerie, 1976
- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977
- 63-607 Pharmacies au détail, 1978
- 63-608 Magasins de fleuristes, vente au détail, 1979
- 63-609 Magasins indépendants de vente au détail de bijouterie, 1978

M. - Mensuel A.- Annuel Bil.- Bilingue
H.- Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et social du Canada. On peut se procurer gratuitement un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Department store sales and stocks

April 1982



Ventes et stocks des grands magasins

Avril 1982

Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Merchandising and Services Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V4 (Telephone: 996-9304) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Winnipeg (949-4020)
Halifax (426-5331)	Regina (359-5405)
Montréal (283-5725)	Edmonton (420-3027)
Ottawa (992-4734)	Vancouver (666-3691)
Toronto (966-6586)	

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zenith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1150
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-282-8006
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by Northwest Telephone Co.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by Northwest Telephone Co.)	Zenith 2-2015

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfilm et microfiches et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division du commerce et des services,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V4 (téléphone: 996-9304) au centre de consultation de Statistique Canada à:

St-John's (772-4073)	Winnipeg (949-4020)
Halifax (426-5331)	Regina (359-5405)
Montréal (283-5725)	Edmonton (420-3027)
Ottawa (992-4734)	Vancouver (666-3691)
Toronto (966-6586)	

Un service de communication sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs habitant à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1150
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-282-8006
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la Northwest Telephone Co.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la Northwest Telephone Co.)	Zénith 2-2015

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes et de la distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Statistics Canada
Merchandising and Services Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

Avril 1982

Published under the authority of
the Minister of Supply and
Services Canada
Statistics Canada should be credited when
reproducing or quoting any part of this document

Minister of Supply
and Services Canada 1982

July 1982
5-3406-503

Canada, \$3.00, \$30.00 a year
Other Countries, \$3.60, \$36.00 a year

Catalogue 63-002, Vol. 47, No. 4

0380-7045

aa

Statistique Canada
Division du commerce et des services
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Avril 1982

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

Reproduction ou citation autorisée sous réserve
d'indication de la source: Statistique Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1982

Juillet 1982
5-3406-503

Prix: Canada, \$3.00, \$30.00 par année
Autres pays, \$3.60, \$36.00 par année

Catalogue 63-002, vol. 47, n° 4

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or, in this publication less than half unit expressed.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM staff, Current Economic Analysis Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-995-7406), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou, dans la présente publication, inférieur à la moitié de l'unité exprimée.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112), sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour de renseignements, s'adresser au personnel CANSIM, Division de l'analyse de conjoncture, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-995-7406), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	v
Definitions	vi
Methodology	vii
Data Reliability	viii
Non-sampling Errors	viii
Non-sampling Error Measures	ix
Seasonal Adjustment	xi
Explanatory Notes	xii
Charts	
Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982	xiv
Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982	xiv
Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1980-1982	xv
Department Store Sales, Provincial Distribution, 1981 and 1982	xvi
Highlights	xvii
Table	
Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982	2
Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982	4
Department Store Monthly Sales, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	6

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	v
Définitions	vi
Méthodologie	vii
Fiabilité des données	viii
Erreurs non liées à l'échantillonnage	viii
Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage	ix
Désaisonnalisation	xi
Notes explicatives	xii
Graphiques	
1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1980-1982	xiv
2. Stocks des grands magasins, par mois, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1980-1982	xiv
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail, par mois, Canada, 1980-1982	xv
4. Ventes des grands magasins, distribution provinciale, 1981 et 1982	xvi
Points saillants	xvii
Tableau	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	2
2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1981 et 1982	4
3. Ventes mensuelles des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	6

TABLE OF CONTENTS - Concluded

Page

Table

4. Number of Department Store Locations, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	6
5. Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982	8
6. Department Store Cumulative Sales, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	9
7. Department Store Monthly Sales as a Percentage of Total Retail Trade, by Province, 1981 and 1982	9
8. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1981 and 1982	10
9. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982	12
10. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982	14
11. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982	16
12. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1980-1982	18
13. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982	18
14. Department Store Sales, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1982 and 1983	20
15. Department Store Stocks, MCD and Seasonal Factors, 1982 and 1983	22
List of Department Store Organizations	24
Selected Publications	25

TABLES DES MATIÈRES - fin

Pa

Tableau

4. Nombre de points de vente des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982
5. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982
6. Ventes cumulatives des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982
7. Proportions procentuelles mensuelles des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province, 1981 et 1982
8. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982
9. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1981 et 1982
10. Rapports mensuels stocks-ventes, des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982
11. Rapports mensuels ventes-stocks, des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982
12. Montants à recevoir, non ajustés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982
13. Montants à recevoir, désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982
14. Ventes des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1982 et 1983
15. Stocks des grands magasins, MDC et coefficients de corrections des variations saisonnières, 1982 et 1983
Liste des organisations des grands magasins
Choix de publications

INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services. A "List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Merchandising and Services Division, to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments", however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their community structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets for the purpose of this publication is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased department stores, if any, is considered to be a total unit; that is, it competes in the market as one structure, rather than as a number of smaller stores.

INTRODUCTION

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division du commerce et des services. (Bien que le recensement mesure également les activités des "établissements", cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

Definitions

Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics. It must sell the following general lines of merchandise:

Family clothing and apparel. This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least six of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

Furniture, appliance and home furnishings. This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least four of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

All other (miscellaneous). This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, such as: toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at

Définitions

Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes:

Vêtements pour la famille. Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfant; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; articles d'habillement pour hommes; vêtements et articles d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins six des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou articles d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20% des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe de vêtements pour la famille.

Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager. Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine; verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de jour, salle à manger ou chambre à coucher; appareils, télévision, radio et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins quatre des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10 % des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

Tous autres articles (divers). Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus, telles que: articles de toilette, cosmétiques; médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus; bijoux; articles de sport et valises; papeterie, livres et revues; et aliments.

at least **three** different commodity lines with at least one of these lines representing more than 50% of the **total** store sales. At least 50% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

Total net sales and receipts are defined as the total sales of new used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

Stocks are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

Accounts receivable are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

Methodology

The **monthly sales values**, published at the national, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department and store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The **monthly sales values by department**, published at the Canada level, are based on the organizations which provide the required breakdown of sales. The percentage distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada sales total in order to provide an **estimate of sales by department** at the Canada level.

Nota: Le magasin doit tenir au moins **trois** des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50% des ventes **globales** du magasin. Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

Les **ventes et recettes nettes totales** sont définies comme le total des ventes de marchandises neuves usagées et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

Les **stocks** englobent la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

Par **comptes à recevoir** on entend les comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dus en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

Méthodologie

Le **chiffre des ventes mensuelles**, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des sociétés de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100%, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le **chiffre des ventes mensuelles par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes. La répartition en pourcentage des ventes par rayon obtenues auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des **ventes totales** pour le pays afin d'établir une **estimation des ventes** par rayon pour l'ensemble du Canada.

The monthly stock values by department, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sale ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The monthly accounts receivable values, published at the Canada level, are based on a panel of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

Data Reliability

Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

Data response error. This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

Non-response error. Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the

Le chiffre des stocks mensuels par rayon publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le chiffre des comptes à recevoir mensuel pour l'ensemble du pays provient des sociétés de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtes retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.

Fiabilité des données

Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ couvert par l'enquête. L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou à des variations, d'un interviewer à l'autre et selon le mode de communication retenu, dans l'explicitation des questions et dans l'interprétation des réponses.

La non-réponse. Certains enquêtés refusent de répondre, d'autres en sont incapables et d'autres encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur

non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

Processing error. These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error. Two response measures are derived, namely, the **response rate**, which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the total response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data.

The units used in the Department Store Sales and Stocks Survey for derivation of the response rate is based on (1) the survey unit - the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations and (2) the organizational unit - the department store firm (company) themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in Ontario would be considered as one survey unit and one organizational unit while a firm reporting for five stores in Vancouver, British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as three survey units but only one organizational unit.

non-répondants, si elles existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

Le traitement. L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. S'agissant des estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreur. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) les unités d'enquête - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) les unités organisationnelles - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'enquête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example, a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins. Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités organisationnelles dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités représentent 8 millions sur l'estimation publiée de 10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation, dans un tel cas, il faudrait tenir compte de deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1982
Avril

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1982
Avril

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	100.0	100.0	100.0
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	52.0	87.5
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	36.0	61.5
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	94.1	99.9

Seasonal Adjustment

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time."(1) In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristics behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal variations and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method(2) to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the analysis and essentially consists of adding one year of raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these iterations have been repeated several times.(3)

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements; to get a better

Désaisonnalisation

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps"(1). L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles; la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les **variations saisonnières** sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et une meilleur prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI(2) afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur l'analyse. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolation prospective et retrospective réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressif à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises(3).

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent être de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure

(1) "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," **Canada Statistical Review**, August 1974.
For further information see the **X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method**, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.
See next page.

(1) La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la **Revue statistique du Canada**, Août 1974.
(2) Pour plus ample information voir **La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI**, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, no. 12-564F au catalogue, hors série.
(3) Voir page suivante.

idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.(3) The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness, whatever the size of the irregular component in the original series.

Explanatory Notes

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios(4) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stocks ratios(5) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas of Montréal, Toronto, Winnipeg and Vancouver are census metropolitan areas as defined by the 1971 Census.

(3) See Tables 14 and 15.

(4) See Table 10.

(5) See Table 11.

idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

A cette fin, ils disposent des mois à dominance cyclique, ou MDC.(3) Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieure à l'unité; autrement dit, c'est la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable et indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées dont la période est égale au MCD tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MCD permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Notes explicatives

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication est fondée sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elle tient compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elle ne se limite pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient les ratios stocks-ventes(4) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks(5) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines de Montréal, Toronto, de Winnipeg et de Vancouver correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1971.

(3) Voir les tableaux 14 et 15.

(4) Voir tableau 10.

(5) Voir tableau 11.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current publication is based on.

La liste de référence des marchandises, qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

Les chiffres révisés des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif II donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

TEXT TABLE II. Number of Shopping Days, by Month, 1981 and 1982

TABLEAU EXPLICATIF II. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1981 et 1982

	1982		1981	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	25	5	26	5
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	27	4	26	5
April - Avril	25	4	25	4
May - Mai	26	5	26	5
June - Juin	26	4	26	4
July - Juillet	26	5	26	4
August - Août	26	4	25	5
September - Septembre	25	4	25	4
October - Octobre	25	5	26	5
November - Novembre	26	4	25	4
December - Décembre	26	3	26	4

Chart — 1

Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1980-1982

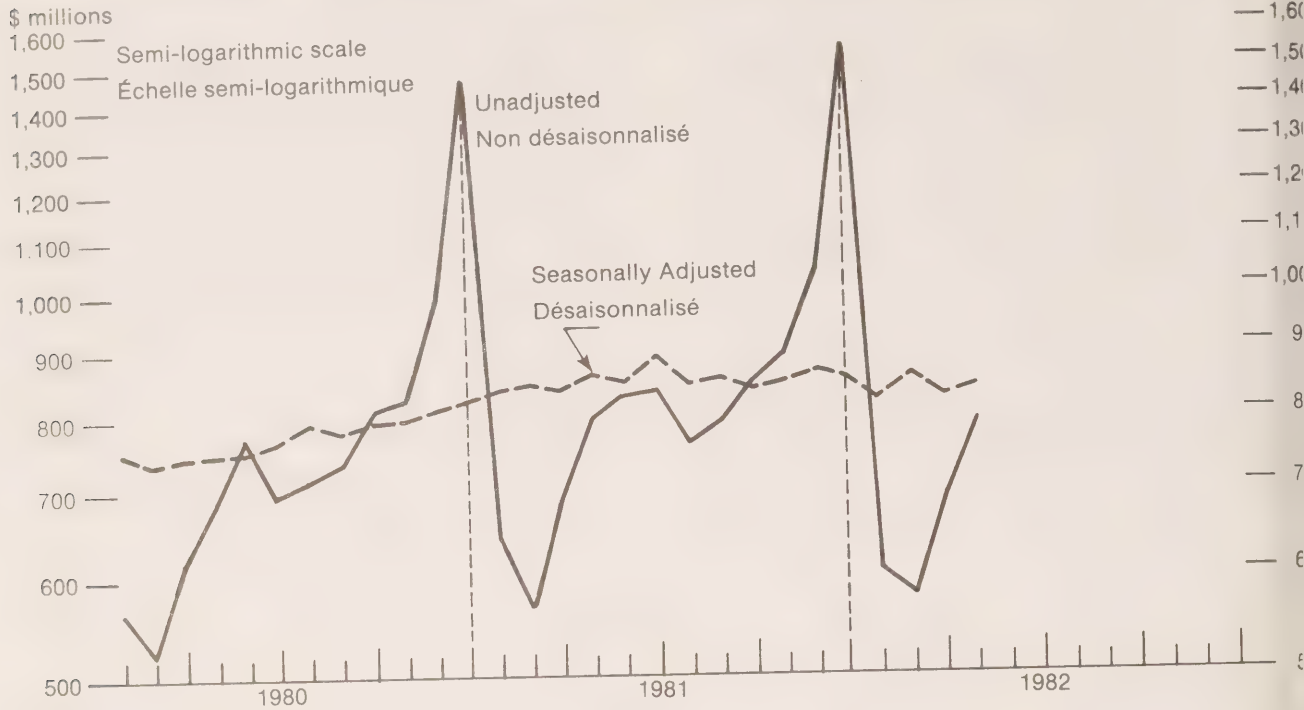


Chart — 2

Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1980-1982

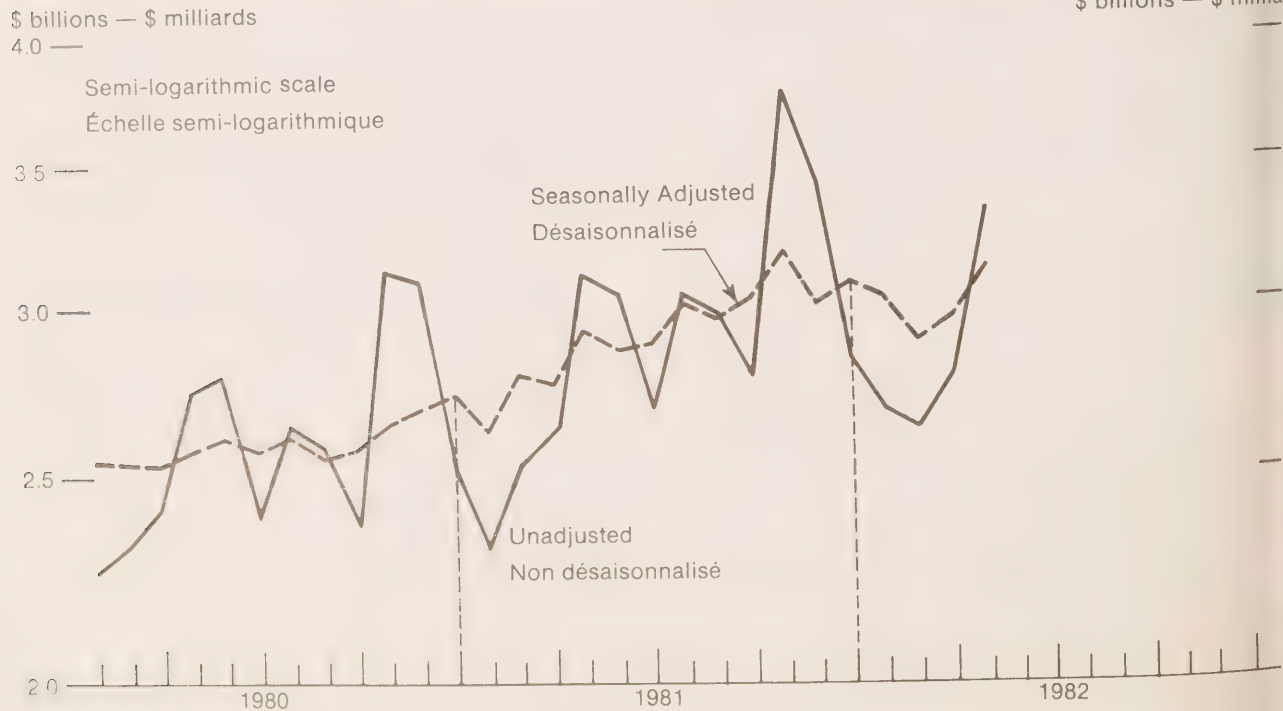


Chart — 3
 Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1980-1982
 Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1980-1982

Graphique — 3

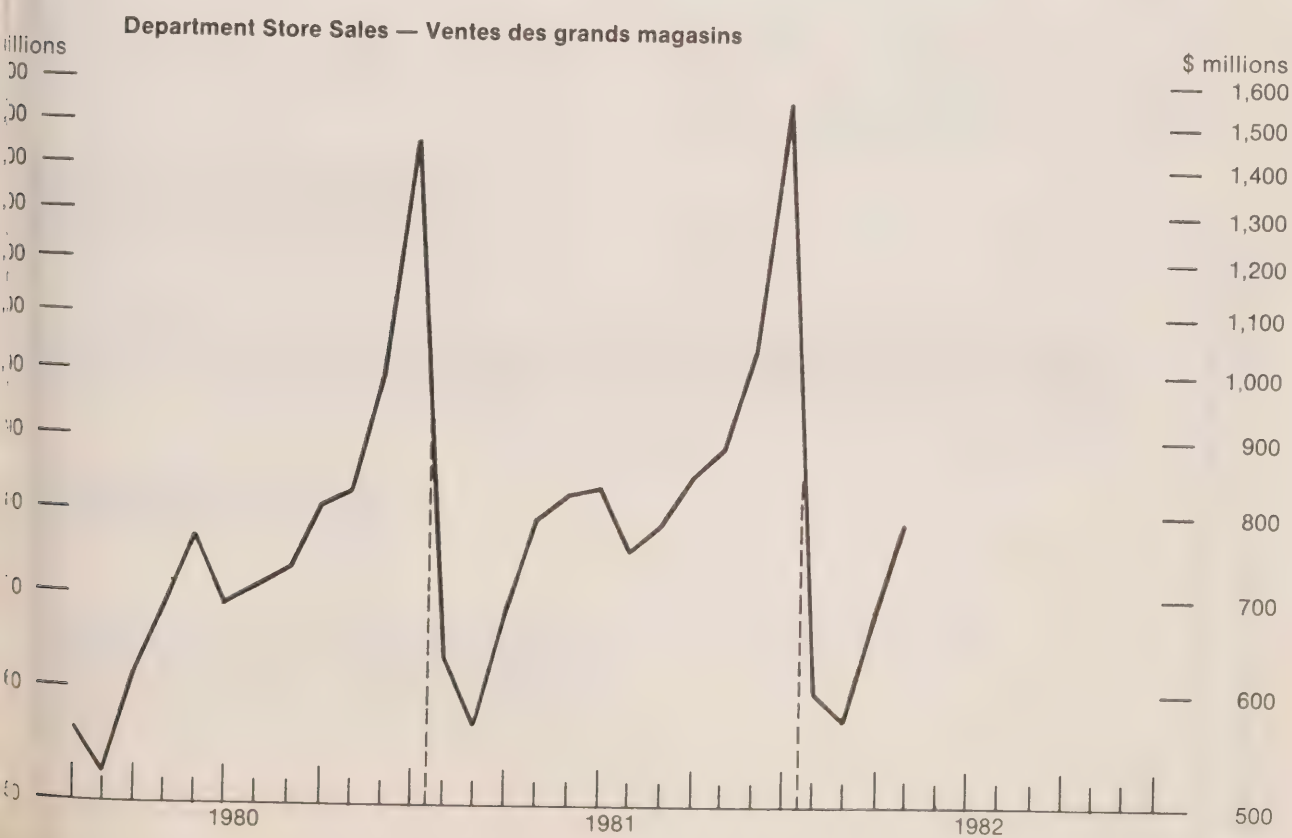
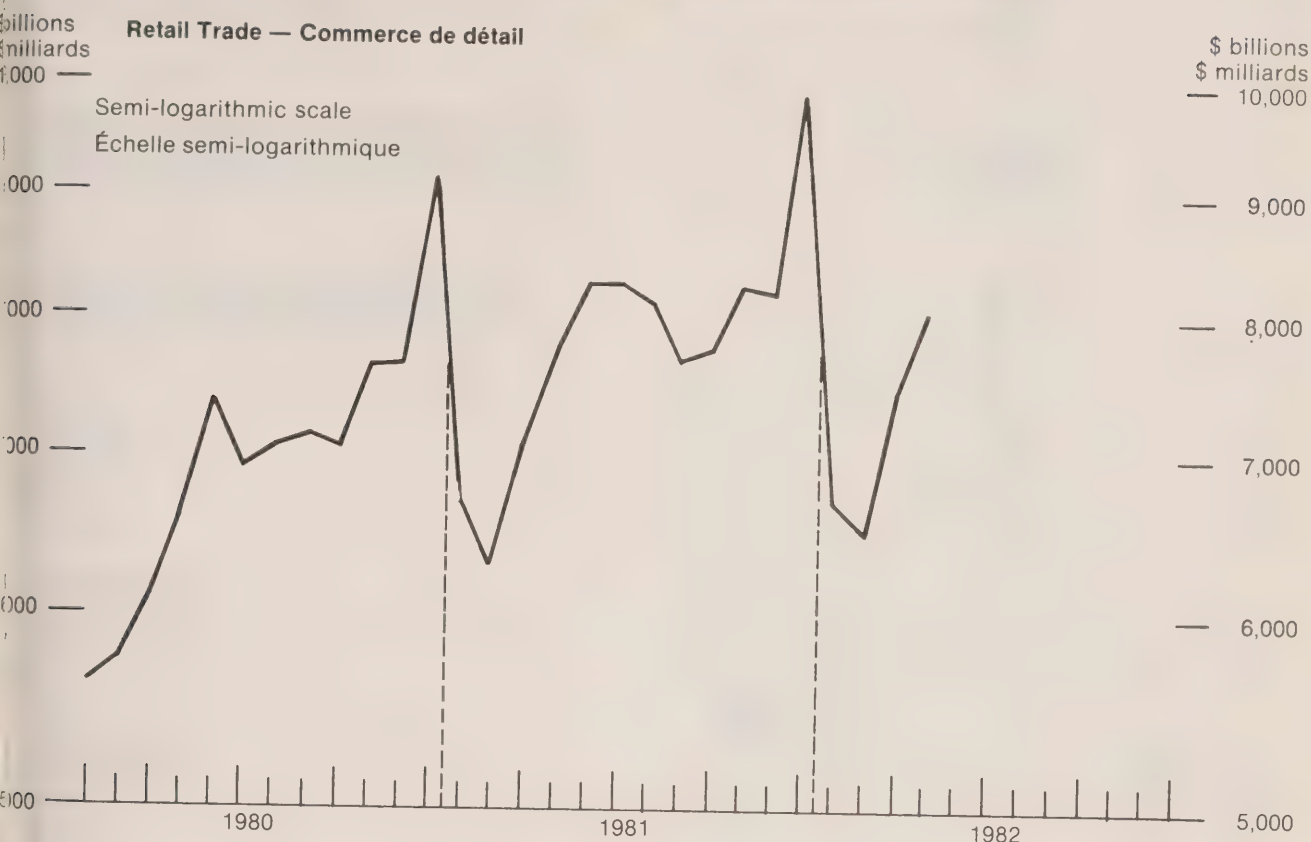
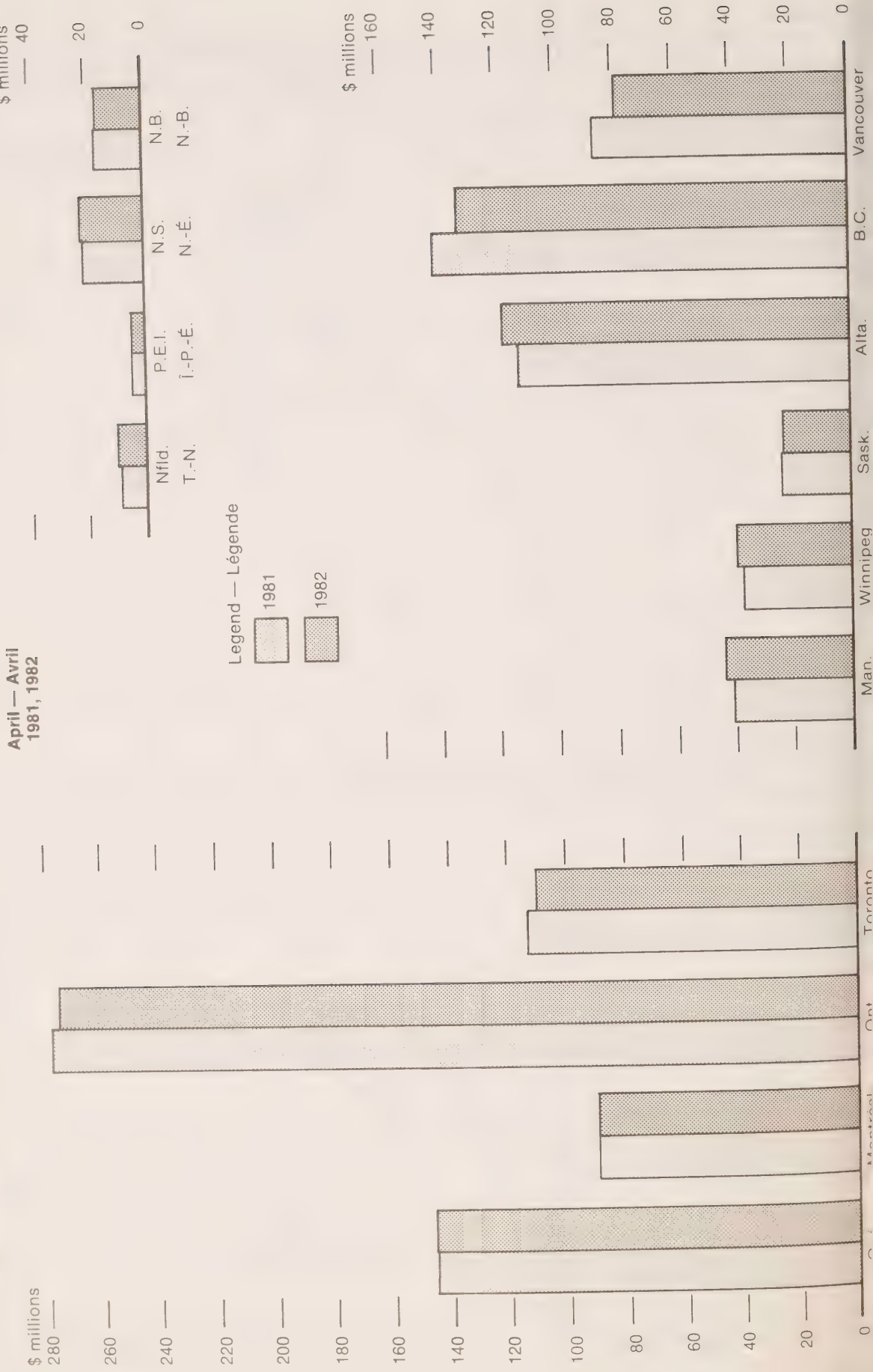


Chart — 4
Department Store Sales, Provincial Distribution
Ventes des grands magasins, distribution provinciale



HIGHLIGHTS

Department stores sales without seasonal adjustment, were \$791.7 million in April, 1982, a fractional decrease of 0.2% over April, 1981. The largest sales increases were in repairs and services (31.6%) and toiletries, cosmetics and drugs (10.6%). Large decreases were recorded by major appliances (- 19.8%), lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings (- 15.9%) and furniture (- 15.5%).

British Columbia (- 5.3%), New Brunswick (- 2.7%), Ontario (- 1.1%), Prince Edward Island (- 0.7%) and Saskatchewan (- 0.4%) had decreased department store sales from April, 1981. Sales increased in all other provinces with the most notable increases in Manitoba (+ 6.5%) and Alberta (+ 5.2%). The four metropolitan areas registered the following year to year changes: Montreal, - 0.1%; Toronto, - 2.9%; Winnipeg, + 6.9%; and Vancouver, - 8.1%.

Seasonally adjusted sales increased 2.5% from March, 1982 to \$842.9 million with 26 of the 40 departments showing an increase over the previous month.

Total sales of department stores for the first 4 months of 1982 were \$2,664.2 million, a decrease of 1.1% from the \$2,694.9 million recorded in the same period of 1981.

The selling value of inventories, without seasonal adjustment, increased 7.0% from April, 1981 to \$3,324.8 million. Seasonally adjusted inventories were \$3,131.5 million, or 7.2% from March, 1982.

There were 792 department store locations operating in Canada during the month of April 1982, 4 more than in March, 1982 and 3 more than in April 1981.

Total department store sales accounted for 9.8% of total retail trade in Canada down from 10.2% in April, 1981.

POINTS SAILLANTS

Les ventes des grands magasins sans ajustements saisonniers, pour avril 1982 totalisaient \$791.7 million, une baisse de 0.2% par rapport à avril 1981. On enregistrait une augmentation des ventes dans les rayons de services et travaux de réparation (31.6%) et articles de toilette, cosmétiques et médicaments (10.6%). La diminution la plus forte s'est produite dans les gros appareils ménagers (- 19.8%), les lampes, les tableaux, les miroirs et autres articles (- 15.9%) et les meubles (- 15.5%).

La Colombie-Britannique (- 5.3%), le Nouveau Brunswick (- 2.7%), l'Ontario (- 1.1%), l'Île-du-Prince-Édouard (- 0.7%) et la Saskatchewan (- 0.4%) montrent une diminution dans les ventes des grands magasins par rapport à avril 1981. Toutes les autres provinces rapportent une augmentation dans leurs ventes, les plus remarquables sont au Manitoba (+ 6.5%) et en Alberta (+ 5.2%). Les quatre régions métropolitaines ont enregistré les changements suivants d'une année à l'autre: Montréal - 0.1%; Toronto - 2.9%; Winnipeg + 6.9%; et Vancouver, - 8.1%.

Les ventes désaisonnalisées se chiffrent à \$842.9 millions soit 2.5% supérieur à celles de mars 1982, et 26 des 40 rayons montrent une augmentation par rapport au mois précédent.

Les ventes totales des grands magasins pour les quatre premiers mois de 1982 ont atteint \$2,664.2 millions, soit une baisse de 1.1% par rapport à \$2,694.9 millions pour la même période l'année dernière.

La valeur marchande, sans ajustements saisonnier, des inventaires a augmenté de 7.0% par rapport à avril 1981 pour atteindre \$3,324.8 millions. La valeur désaisonnalisée des inventaires était de \$3,131.5 millions, en hausse de 7.2% par rapport à mars 1982.

Il y avait 792 points de vente pour les grands magasins en opération au Canada durant le mois d'avril 1982, soit 4 de plus qu'en mars 1982 et 35 de plus qu'en avril 1981.

Les ventes des grands magasins représentent 9.8% du total par rapport au commerce de détail pour le Canada en baisse de 10.2% sur avril 1981.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982

No.	Department	1982				1981			
		January	February	March	April	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai	Juin	Juillet
		thousands of dollars milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,164	10,515	13,752	17,504	18,144	21,305	18,920	16,176
2	Women's and misses' coats and suits	10,424	9,982	14,248	14,442	13,825	8,038	5,641	6,968
3	Women's and misses' sportswear	25,164	29,081	39,553	46,006	45,461	48,565	45,732	40,102
4	Furs	4,191	3,399	2,942	682	665	1,004	505	1,373
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	15,429	15,318	19,462	24,022	22,565	20,105	19,912	20,064
6	Girls' and teenage girls' wear	7,450	9,932	15,209	16,916	15,654	14,453	14,266	12,514
7	Lingerie and women's sleepwear	8,947	10,269	12,327	15,114	13,930	15,649	15,125	14,883
8	Intimate apparel	6,663	6,620	8,473	9,821	9,835	10,080	10,016	9,121
9	Millinery	1,362	892	912	1,164	1,080	889	861	880
10	Women's and girls' hosiery	7,532	6,687	8,687	10,305	9,571	8,801	7,813	6,326
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	8,098	7,850	10,661	12,799	13,035	12,908	11,946	10,100
12	Women's, misses' and children's footwear	12,965	11,946	19,399	24,904	24,252	23,659	21,787	17,647
13	Men's clothing	22,428	20,974	31,839	32,873	33,448	32,365	35,446	25,607
14	Men's furnishings	21,340	20,470	26,494	30,679	28,996	30,041	40,929	28,538
15	Boys' clothing and furnishings	6,041	6,080	9,159	12,078	11,271	9,899	9,065	8,611
16	Men's and boys' footwear	9,287	7,882	11,630	16,039	16,099	15,262	15,587	11,92
17	Food and kindred products	48,298	56,337	50,655	59,920	55,578	55,032	48,421	48,82
18	Toiletries, cosmetics and drugs	33,472	33,602	38,125	41,291	37,342	39,145	37,746	37,57
19	Photographic equipment and supplies	9,033	7,960	9,824	11,189	11,099	11,938	14,265	13,63
20	Piece goods	3,866	3,848	4,921	4,760	5,513	5,080	4,476	3,60
21	Linens and domestics	23,688	14,543	18,188	19,863	20,850	22,140	23,721	26,97
22	Smallwares and notions	8,695	7,079	7,396	7,753	7,832	6,611	6,649	7,18
23	China and glassware	7,319	7,485	9,533	10,004	10,292	11,273	11,150	10,88
24	Floor coverings	9,052	9,638	11,828	11,862	12,964	13,189	12,783	12,87
25	Draperies, curtains and furniture coverings	9,524	9,312	13,646	14,957	15,226	15,506	16,259	16,97
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,078	5,584	7,019	6,800	8,084	7,691	7,786	8,51
27	Furniture	37,565	31,181	35,745	36,630	43,366	50,772	62,374	47,5
28	Major appliances	35,255	27,544	31,403	31,730	39,540	42,711	56,733	45,4
29	Television, radio and music	27,745	23,480	29,072	28,213	27,020	26,041	26,238	29,51
30	Housewares and small electrical appliances	22,897	25,215	24,140	29,542	28,984	32,769	31,318	31,4
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	21,155	20,257	20,568	26,286	29,065	34,404	31,872	26,9
32	Plumbing, heating and building materials	6,267	6,404	7,385	10,670	10,266	11,568	10,613	9,8
33	Jewellery	9,668	11,294	15,407	16,885	17,815	20,026	19,008	16,5
34	Toys and games	6,915	7,822	9,712	14,068	13,502	11,198	11,544	12,9
35	Sporting goods and luggage	19,872	16,080	21,002	28,150	28,348	32,164	35,210	30,7
36	Stationery, books and magazines	17,447	18,133	18,481	20,175	19,520	19,991	19,964	18,4
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	16,159	12,756	15,203	18,161	17,924	17,922	17,772	18,1
38	Meals and lunches	18,314	18,418	20,083	19,573	19,606	20,716	20,420	20,6
39	Repairs and services	6,410	6,319	7,739	7,850	5,965	6,060	6,494	6,4
40	All other departments	19,900	19,718	22,625	30,048	30,063	35,911	29,567	25,7
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	600,079	577,906	694,447	791,728	793,595	822,881	835,934	757,

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1981							
Change - Variation							
August	September	October	November	December	April/ March 1982	April 1982/1981	Rayon
août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Avril/ Mars 1982	Avril 1982/1981	
Thousands of dollars					per cent		N°
Milliers de dollars					pourcentage		
5,317	16,936	16,142	18,422	22,884	+ 27.3	- 3.5	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles 1
5,494	19,572	25,445	21,348	23,825	+ 1.4	+ 4.5	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles 2
4,891	59,595	50,485	52,641	69,579	+ 16.3	+ 1.2	Vêtements sport pour dames et jeunes filles 3
2,230	2,798	3,621	4,534	6,983	- 76.8	+ 2.6	Fourrures 4
3,446	24,474	25,353	25,821	36,141	+ 23.4	+ 6.5	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants 5
4,716	18,164	16,397	17,935	25,080	+ 11.2	+ 8.1	Vêtements de fillettes et d'adolescentes 6
2,556	15,275	16,573	23,931	43,194	+ 22.6	+ 8.5	Lingerie et vêtements de nuit pour dames 7
4,005	9,595	8,636	9,500	13,078	+ 15.9	- 0.1	Sous-vêtements 8
896	1,473	2,140	3,123	4,010	+ 27.6	+ 7.8	Chapeaux 9
7,371	10,671	10,951	10,687	15,610	+ 18.6	+ 7.7	Bas pour dames et fillettes 10
1,465	16,622	16,610	21,370	35,269	+ 20.1	- 1.8	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes 11
1,092	28,658	28,312	26,357	31,285	+ 28.4	+ 2.7	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants 12
1,640	41,066	42,075	50,138	68,653	+ 3.2	- 1.7	Vêtements pour hommes 13
1,001	36,211	37,555	56,257	100,910	+ 15.8	+ 5.8	Articles d'habillement pour hommes 14
1,358	11,823	11,728	13,650	22,276	+ 31.9	+ 7.2	Vêtements et articles d'habillement pour garçons 15
1,047	17,229	17,180	17,883	23,428	+ 37.9	- 0.4	Chaussures pour hommes et garçons 16
1,063	47,841	55,883	66,405	76,484	+ 18.3	+ 7.8	Produits alimentaires et connexes 17
1,000	39,387	42,986	50,464	100,618	+ 8.3	+ 10.6	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments 18
1,069	12,616	12,975	16,610	32,243	+ 13.9	+ 0.8	Appareils et fournitures photographiques 19
1,049	5,690	6,016	6,187	4,614	- 3.3	- 13.7	Tissus à la pièce 20
1,061	25,639	25,067	25,239	39,579	+ 9.2	- 4.7	Literie et linge de maison 21
1,061	10,315	10,730	10,040	12,613	+ 4.8	- 1.0	Menus articles 22
1,077	11,956	11,195	18,302	36,117	+ 4.9	- 2.8	Porcelaine et verrerie 23
1,086	12,251	14,107	13,977	12,290	+ 0.3	- 8.5	Revêtements de plancher 24
1,236	14,883	15,941	15,915	17,810	+ 9.6	- 1.8	Tentures, rideaux et housses 25
1,016	8,705	9,260	13,027	20,351	- 3.1	- 15.9	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison 26
1,121	44,423	42,264	41,444	42,258	+ 2.5	- 15.5	Meubles 27
1,012	39,370	41,557	38,119	43,404	+ 1.0	- 19.8	Gros appareils ménagers 28
1,013	32,669	35,881	45,607	70,145	- 3.0	+ 4.4	Télévision, radio et musique 29
1,038	29,300	34,345	42,506	75,242	+ 22.4	+ 1.9	Articles de ménage et petits appareils élec- triques 30
1,012	23,797	27,037	26,870	37,750	+ 27.8	- 9.6	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc. 31
1,017	9,035	10,484	9,390	9,361	+ 44.5	+ 3.9	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction 32
1,014	22,176	19,518	33,420	67,772	+ 9.6	- 5.2	Bijouterie 33
1,014	12,222	21,265	47,726	76,866	+ 44.9	+ 4.2	Jouets et jeux 34
1,014	22,802	23,452	28,382	53,741	+ 34.0	- 0.7	Articles de sport et valises 35
1,014	26,339	23,250	31,925	60,674	+ 9.2	+ 3.4	Papeterie, livres et revues 36
1,014	16,088	22,472	22,668	23,007	+ 19.5	+ 1.3	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures 37
1,014	20,406	21,913	23,161	30,894	- 2.5	- 0.2	Repas et casse-croûtes 38
1,014	6,924	8,267	9,569	9,607	+ 1.4	+ 31.6	Services et travaux de réparation 39
1,014	23,394	27,681	25,948	47,040	+ 32.8	--	Tous autres rayons 40
1,012	848,390	892,549	1,036,498	1,542,685	+ 14.0	- 0.2	TOTAL, TOUS RAYONS 41

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982(1)

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982		1982				1981		
No.	Department	January	February	March	April	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai	Juin
		thousands of dollars milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	14,163	15,946	15,838	15,911	16,844	16,221	16,355
2	Women's and misses' coats and suits	13,713	14,589	13,722	15,291	14,072	14,262	14,154
3	Women's and misses' sportswear	42,070	45,503	44,678	46,307	46,745	44,116	46,356
4	Furs	2,389	2,941	4,384	2,604	2,565	5,282	4,039
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	22,067	22,678	22,795	23,779	22,742	21,375	23,029
6	Girls' and teenage girls' wear	14,602	16,246	16,660	16,753	16,041	15,693	16,046
7	Lingerie and women's sleepwear	16,658	17,529	16,733	17,974	16,825	16,150	16,843
8	Intimate apparel	8,521	9,448	9,088	9,144	9,238	9,181	9,125
9	Millinery	1,664	1,607	1,584	1,583	1,496	1,345	1,429
10	Women's and girls' hosiery	9,274	9,193	9,425	9,661	9,200	8,931	9,109
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	13,903	13,671	13,835	14,717	15,002	14,166	14,640
12	Women's, misses' and children's footwear	21,301	21,664	21,554	22,704	22,595	22,246	22,915
13	Men's clothing	35,418	35,391	34,313	35,512	36,432	37,141	36,711
14	Men's furnishings	36,817	37,638	38,181	39,262	38,007	37,576	39,097
15	Boys' clothing and furnishings	11,118	11,247	10,789	12,301	11,797	11,388	11,234
16	Men's and boys' footwear	14,921	13,474	13,625	14,450	14,964	15,010	15,042
17	Food and kindred products	57,722	58,254	54,223	56,448	53,740	53,041	54,213
18	Toiletries, cosmetics and drugs	43,859	44,698	45,338	45,365	41,631	42,496	42,985
19	Photographic equipment and supplies	12,906	13,437	13,472	13,704	13,676	13,973	14,521
20	Piece goods	4,540	4,496	4,513	4,409	5,190	4,783	4,899
21	Linens and domestics	23,574	23,461	23,599	23,526	24,804	24,639	25,237
22	Smallwares and notions	8,137	8,370	8,061	8,302	8,451	8,378	8,671
23	China and glassware	11,040	12,597	13,004	12,887	13,130	12,730	13,503
24	Floor coverings	11,128	11,772	12,050	12,001	13,279	13,101	13,272
25	Draperies, curtains and furniture coverings	12,506	13,689	14,722	13,886	14,344	14,910	15,517
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8,332	8,446	8,456	7,763	9,073	9,452	9,704
27	Furniture	35,723	41,685	37,845	40,178	47,524	47,917	46,464
28	Major appliances	36,745	39,250	34,912	35,244	44,472	41,583	36,388
29	Television, radio and music	31,672	33,566	34,122	36,254	34,316	34,506	34,888
30	Housewares and small electrical appliances	33,891	35,473	31,982	34,347	33,907	33,806	34,888
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	29,427	30,240	25,797	24,649	27,943	27,829	28,016
32	Plumbing, heating and building materials	8,621	9,208	8,680	9,536	9,407	8,978	8,794
33	Jewellery	20,439	21,516	22,048	21,046	22,262	22,603	22,553
34	Toys and games	20,232	20,704	19,644	21,054	20,445	18,420	19,800
35	Sporting goods and luggage	27,541	28,343	29,584	27,496	28,449	28,393	28,393
36	Stationery, books and magazines	23,204	26,300	24,443	25,473	24,739	24,457	24,457
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	21,234	18,706	17,672	17,013	17,090	17,631	17,631
38	Meals and lunches	21,392	23,043	21,027	20,530	20,817	21,460	21,460
39	Repairs and services	7,458	8,046	8,330	8,579	6,678	6,372	6,372
40	All other departments	28,491	29,121	26,756	26,296	27,568	25,980	25,980
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	814,939	856,240	822,512	842,892	859,260	847,868	891,984

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal "Total all departments".

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1981 et 1982(1)

1981						Change - Variation		Rayon	NO
July	August	September	October	November	December	April/ March 1982			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Avril/ Mars 1982			
thousands of dollars						per cent			
milliers de dollars						pourcentage			
16,804	16,483	16,500	16,451	18,011	16,247	+ 0.5		Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
14,736	14,773	14,888	15,387	14,482	14,861	+ 11.4		formes pour dames et jeunes filles	
45,759	46,103	47,500	47,015	47,204	46,188	+ 3.6		Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
2,764	2,360	2,608	2,958	2,618	3,012	+ 40.6		filles	
22,347	22,212	21,831	22,050	22,652	22,649	+ 4.3		Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
								Fourrures	4
								Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
								de chambres d'enfants	
15,729	16,203	15,655	15,555	15,744	15,772	+ 0.6		Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
16,673	16,778	16,868	17,074	17,562	16,980	+ 7.4		Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
8,986	9,281	9,162	9,363	9,907	9,318	+ 0.6		Sous-vêtements	8
1,391	1,474	1,593	1,494	1,582	1,622	- 0.1		Chapeaux	9
8,983	8,981	9,248	9,319	9,456	9,463	+ 2.5		Bas pour dames et fillettes	10
14,543	15,201	15,647	15,444	14,769	14,421	+ 6.4		Gants, moufles et articles de parure pour	11
23,308	22,490	22,486	22,325	22,310	22,793	+ 5.3		dames et fillettes	
36,221	37,741	37,343	36,231	36,586	36,127	+ 3.5		Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
37,697	38,125	39,109	38,334	38,239	37,597	+ 2.8		enfants	
11,183	11,463	11,321	11,060	11,574	11,623	+ 14.0		Vêtements pour hommes	13
								Articles d'habillement pour hommes	14
								Vêtements et articles d'habillement pour	15
								garçons	
14,325	15,435	15,104	15,010	15,293	14,691	+ 6.1		Chaussures pour hommes et garçons	16
54,427	55,728	54,805	56,008	58,608	55,417	+ 4.1		Produits alimentaires et connexes	17
2,816	43,629	44,527	44,308	45,253	45,403	+ 0.1		Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
								caments	
13,524	14,639	13,981	14,279	14,757	13,570	+ 1.7		Appareils et fournitures photographiques	19
4,772	4,962	4,922	4,927	5,461	4,779	- 2.3		Tissus à la pièce	20
24,538	24,306	23,229	24,028	23,785	24,195	- 0.3		Literie et linge de maison	21
8,591	8,821	8,870	9,146	8,634	8,409	+ 3.0		Menus articles	22
13,128	12,413	12,688	13,012	13,302	13,203	- 0.9		Porcelaine et verrerie	23
12,718	12,320	11,762	11,513	11,714	11,844	- 0.4		Revêtements de plancher	24
15,331	15,056	14,221	14,297	14,748	15,093	- 5.7		Tentures, rideaux et housses	25
9,764	9,264	9,023	9,191	9,561	9,227	- 8.2		Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
9,746	38,076	41,864	41,131	41,434	42,581	+ 6.2		d'ameublement pour la maison	
7,315	36,616	35,701	38,662	38,521	39,495	+ 1.0		Meubles	27
4,453	33,152	29,713	33,400	35,337	33,219	+ 6.2		Gros appareils ménagers	28
2,603	33,939	32,045	36,572	35,479	34,190	+ 7.4		Télévision, radio et musique	29
								Articles de ménage et petits appareils élec-	30
								triques	
7,708	27,133	24,926	24,176	26,263	26,943	- 4.5		Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
8,789	9,785	8,816	9,412	9,655	9,496	+ 9.9		etc.	
2,019	22,676	23,086	22,738	24,391	22,034	- 4.5		Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
0,041	21,092	20,683	20,450	21,067	20,522	+ 7.2		truction	
8,000	28,756	28,118	27,663	27,072	27,918	- 7.1		Bijouterie	33
								Jouets et jeux	34
								Articles de sport et valises	35
4,543	25,556	25,212	25,706	25,325	26,059	+ 4.2		Papeterie, livres et revues	36
3,017	19,160	17,841	18,370	18,508	16,870	- 3.7		Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
1,811	20,864	21,221	21,118	21,225	21,341	- 2.4		réparation et fournitures	
1,103	6,934	6,989	7,168	7,306	7,251	+ 3.0		Repas et casse-croûtes	38
1,485	27,621	28,528	28,812	28,477	29,675	+ 1.7		Services et travaux de réparation	39
								Tous autres rayons	40
1,770	848,742	839,130	845,669	866,384	851,917	+ 2.5		TOTAL, TOUS RAYONS	41

Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 3. Department Store Monthly Sales, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

Province and selected metropolitan area	No.	1982				1981			
		January	February	March	April	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai	Juin	Juillet
		thousands of dollars milliers de dollars							
1 Newfoundland		5,603	5,825	7,660	9,298	9,226	9,320	9,712	8,718
2 Prince Edward Island		3,311	2,956	3,744	4,285	4,317	4,316	4,973	5,306
3 Nova Scotia		12,967	13,146	16,382	20,455	20,085	19,956	20,309	18,841
4 New Brunswick		10,210	10,191	13,040	16,625	17,078	16,220	16,612	14,786
5 Quebec		106,158	98,370	118,529	145,086	144,957	155,061	145,497	136,094
6 Ontario		209,112	204,722	241,668	275,573	278,621	290,044	307,791	258,624
7 Manitoba		28,921	29,484	37,860	43,247	40,614	40,472	40,104	39,781
8 Saskatchewan		15,630	15,984	19,564	22,876	22,961	23,703	22,475	21,182
9 Alberta		94,682	89,528	107,825	118,352	112,504	118,234	121,475	113,759
10 British Columbia		111,571	105,658	125,556	133,329	140,829	142,628	143,632	137,567
11 Yukon and Northwest Territories		1,913	2,042	2,620	2,602	2,403	2,928	3,355	3,086
12 CANADA		600,079	577,906	694,447	791,728	793,595	822,881	835,934	757,743
13 Montréal		65,774	60,945	72,444	89,467	89,513	94,310	87,708	82,737
14 Toronto		87,801	86,224	99,286	109,794	113,130	118,197	126,725	104,611
15 Winnipeg		26,332	26,800	34,351	39,272	36,738	36,502	35,752	35,833
16 Vancouver		68,830	64,243	76,470	79,239	86,254	85,943	86,143	81,407

TABLE 4. Number of Department Store Locations, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

		1982				1981			
Province and selected metropolitan area		January	February	March	April	April	May	June	
		Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai	Juin	
No.		number - nombre							
1	Newfoundland	15	14	14	14	15	15	15	
2	Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7	7	
3	Nova Scotia	30	30	30	30	30	30	30	
4	New Brunswick	27	26	26	26	26	26	26	
5	Quebec	163	163	164	164	161	162	160	
6	Ontario	294	294	296	297	286	286	286	
7	Manitoba	37	37	38	38	37	37	37	
8	Saskatchewan	26	26	26	27	26	26	26	
9	Alberta	82	82	82	82	66	67	68	
10	British Columbia	99	98	98	100	96	96	96	
11	Yukon and Northwest Territories	7	7	7	7	7	7	7	
12	CANADA	787	784	788	792	757	759	758	
13	Montréal	80	80	80	80	80	80	80	
14	Toronto	86	86	87	88	84	84	84	
15	Winnipeg	29	29	30	30	29	29	29	
16	Vancouver	40	39	39	39	40	40	40	

TABLEAU 3. Ventes mensuelles des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1981					Change - Variation			
August	September	October	November	December	April/ March 1982	April 1982/1981	Province et certaines zones métropolitaines	
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Avril/ Mars 1982	Avril 1982/1981		
Thousands of dollars					per cent			N ^o
milliers de dollars					pourcentage			
10,385	9,526	10,454	13,146	19,400	+ 21.4	+ 0.8	Terre-Neuve	1
4,949	4,808	4,488	5,360	8,511	+ 14.4	- 0.7	Île-du-Prince-Édouard	2
20,934	19,599	21,763	29,060	45,534	+ 24.9	+ 1.8	Nouvelle-Écosse	3
16,560	16,995	18,438	23,618	34,022	+ 27.5	- 2.7	Nouveau-Brunswick	4
143,954	146,869	159,355	176,644	264,152	+ 22.4	+ 0.1	Québec	5
267,875	301,967	312,584	364,788	562,418	+ 14.0	- 1.1	Ontario	6
38,840	44,651	45,423	54,511	76,621	+ 14.2	+ 6.5	Manitoba	7
21,490	22,636	25,556	30,263	42,556	+ 16.9	- 0.4	Saskatchewan	8
121,743	125,211	139,365	157,178	225,573	+ 9.8	+ 5.2	Alberta	9
136,600	152,884	152,058	178,945	258,846	+ 6.2	- 5.3	Colombie-Britannique	10
3,162	3,245	3,066	2,985	5,051	- 0.7	+ 8.3	Yukon et les Terri- toires du Nord-Ouest	11
786,492	848,390	892,549	1,036,498	1,542,685	+ 14.0	- 0.2	CANADA	12
83,941	92,978	99,570	110,756	165,309	+ 23.5	- 0.1	Montréal	13
105,560	126,829	126,385	147,324	230,396	+ 10.6	- 2.9	Toronto	14
34,713	40,651	41,004	49,523	68,668	+ 14.3	+ 6.9	Winnipeg	15
80,527	92,584	91,004	109,284	153,147	+ 3.6	- 8.1	Vancouver	16

TABLEAU 4. Nombre de points de vente des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1981							Province et certaines zones métropolitaines	N ^o
July	August	September	October	November	December			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
Number - nombre								
15	15	15	15	15	15	Terre-Neuve	1	
7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2	
30	30	30	30	30	30	Nouvelle-Écosse	3	
26	27	27	27	27	27	Nouveau-Brunswick	4	
162	162	159	160	163	163	Québec	5	
291	291	291	292	294	294	Ontario	6	
37	37	37	37	37	37	Manitoba	7	
26	26	27	26	26	26	Saskatchewan	8	
72	72	80	80	82	82	Alberta	9	
96	96	96	97	99	99	Colombie-Britannique	10	
7	7	7	7	7	7	Yukon et les Terri- toires du Nord-Ouest	11	
6	770	776	778	787	787	CANADA	12	
80	80	80	80	80	80	Montréal	13	
85	85	85	85	86	86	Toronto	14	
29	29	29	29	29	29	Winnipeg	15	
40	40	40	40	40	40	Vancouver	16	

TABLE 5. Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982
January-April

TABLEAU 5. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982
Janvier-Avril

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1982/1981
		1981 ^r	1982	Variation 1982/1981
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	52,439	49,935	- 4.8
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	51,720	49,096	- 5.1
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sport pour dames et jeunes filles	139,693	139,804	+ 0.1
4	Furs - Fourrures	9,572	11,214	+ 17.2
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	70,072	74,231	+ 5.9
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	48,965	49,507	+ 1.1
7	Lingerie and women's sleeperwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	44,677	46,657	+ 4.4
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	32,038	31,577	- 1.4
9	Millinery - Chapeaux	3,828	4,330	+ 13.1
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	31,907	33,211	+ 4.1
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	40,793	39,408	- 3.4
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	72,990	69,214	- 5.2
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	111,634	108,114	- 3.2
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	96,276	98,983	+ 2.8
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillem- ent pour garçons	32,833	33,358	+ 1.6
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	47,413	44,838	- 5.4
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	203,721	215,210	+ 5.6
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	135,693	146,490	+ 8.0
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	38,385	38,006	- 1.0
20	Piece goods - Tissus à la pièce	20,731	17,395	- 16.1
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	77,632	76,282	- 1.7
22	Smallwares and notions - Menus articles	32,615	30,923	- 5.2
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	35,608	34,341	- 3.6
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	47,643	42,380	- 11.0
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	49,573	47,439	- 4.3
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	29,086	25,481	- 12.4
27	Furniture - Meubles	172,716	141,121	- 18.3
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	146,616	125,932	- 14.1
29	Television, radio and music - Télévision, radio et musique	106,039	108,510	+ 2.3
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	99,383	101,794	+ 2.4
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	88,242	88,266	--
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	31,392	30,726	- 2.1
33	Jewellery - Bijouterie	54,216	53,254	- 1.8
34	Toys and games - Jouets et jeux	37,343	38,517	+ 3.1
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	86,047	85,104	- 1.1
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	71,835	74,236	+ 3.3
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	57,474	62,279	+ 8.4
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	73,024	76,388	+ 4.6
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	22,330	28,318	+ 26.8
40	All other departments - Tous autres rayons	90,707	92,291	+ 1.7
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	2,694,901	2,664,160	- 1.1

TABLE 6. Department Store Cumulative Sales, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982
January-April

TABLEAU 6. Ventes cumulatives des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines,
1981 et 1982
Janvier-Avril

Province and selected metropolitan area Province et certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981 ^r	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	28,886	28,386	- 1.7
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	14,055	14,296	+ 1.7
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	60,218	62,950	+ 4.5
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	50,359	50,066	- 0.6
Québec	481,332	468,143	- 2.7
Ontario	931,317	931,075	--
Manitoba	136,944	139,512	+ 1.9
Saskatchewan	78,112	74,054	- 5.2
Alberta	398,794	410,387	+ 2.9
British Columbia - Colombie-Britannique	506,085	476,114	- 5.9
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	8,801	9,177	+ 4.3
CANADA	2,694,901	2,664,160	- 1.1
Montréal	297,890	288,630	- 3.1
Toronto	385,813	383,105	- 0.7
Winnipeg	124,306	126,755	+ 2.0
Vancouver	313,772	288,782	- 8.0

TABLE 7. Department Store Monthly Sales as a Percentage of Total Retail Trade, by Province, 1981 and
1982
April

TABLEAU 7. Proportions procentuelles mensuelles des grands magasins en relation au total du commerce
de détail, par province, 1981 et 1982
Avril

Province	1981 ^r	1982
	per cent - pourcentage	
Newfoundland - Terre-Neuve	6.7	6.4
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	13.1	13.2
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	8.3	8.0
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	8.6	8.3
Québec	7.4	7.3
Ontario	10.2	9.6
Manitoba	13.7	13.2
Saskatchewan	7.1	6.7
Alberta	12.6	12.9
British Columbia - Colombie-Britannique	14.5	13.8
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11.2	11.2
CANADA	10.2	9.8

TABLE 8. Department Store Monthly Stocks,(1) by Department, Canada, 1981 and 1982

Department	1982				1981			
	January	February	March	April	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars							
	milliers de dollars							
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	45,563	46,324	49,956	61,422	55,969	49,413	38,589	42,137
2 Women's and misses' coats and suits	28,018	36,932	37,386	35,287	36,639	30,745	30,899	63,446
3 Women's and misses' sportswear	98,814	104,198	120,456	146,437	130,815	122,381	101,823	113,346
4 Furs	18,433	17,186	16,269	16,249	20,556	19,695	18,899	18,902
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	61,548	60,033	60,661	80,996	76,907	70,683	63,773	89,974
6 Girls' and teenage girls' wear	35,182	39,073	44,171	54,035	48,967	46,640	38,437	57,438
7 Lingerie and women's sleepwear	40,036	40,592	45,160	53,303	49,957	48,072	41,168	43,564
8 Intimate apparel	32,235	28,340	29,431	33,805	30,795	33,644	28,072	31,142
9 Millinery	1,705	1,194	1,029	1,228	1,238	1,594	1,048	1,200
10 Women's and girls' hosiery	20,962	21,453	24,788	28,088	27,942	26,709	22,706	24,402
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	34,682	38,123	41,945	49,058	55,365	52,679	44,257	48,097
12 Women's, misses' and children's footwear	87,084	94,059	109,852	127,461	106,254	99,553	91,070	94,488
13 Men's clothing	121,023	144,954	153,997	188,986	172,875	166,261	136,527	164,103
14 Men's furnishings	115,358	119,780	128,539	156,904	151,610	142,967	122,672	139,331
15 Boys' clothing and furnishings	35,239	37,910	37,033	43,855	41,687	37,542	36,366	57,773
16 Men's and boys' footwear	67,699	68,641	76,775	89,539	84,390	85,762	77,005	83,145
17 Food and kindred products	38,730	32,819	35,302	35,516	33,677	32,501	34,240	32,756
18 Toiletries, cosmetics and drugs	168,715	136,298	145,774	176,578	146,384	144,414	131,644	143,364
19 Photographic equipment and supplies	54,039	47,485	45,858	62,039	54,351	54,318	44,789	53,225
20 Piece goods	26,758	27,466	31,482	32,886	33,080	30,595	28,897	30,163
21 Linens and domestics	105,895	104,167	108,155	118,515	113,586	116,929	108,185	111,078
22 Smallwares and notions	35,714	32,999	34,159	43,815	43,622	44,065	42,666	45,703
23 China and glassware	79,696	84,356	87,916	89,585	84,544	87,774	82,803	84,634
24 Floor coverings	59,308	53,602	56,326	65,293	57,259	61,163	61,476	65,529
25 Draperies, curtains and furniture coverings	74,144	67,185	66,471	74,758	72,113	71,402	64,087	71,954
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	44,908	43,607	45,553	55,147	48,530	53,948	46,884	50,140
27 Furniture	203,525	197,657	199,513	228,763	221,376	219,639	192,493	212,791
28 Major appliances	67,844	57,690	57,243	65,702	78,594	70,962	60,446	72,255
29 Television, radio and music	119,077	113,348	121,728	143,899	126,303	121,544	115,867	118,265
30 Housewares and small electrical appliances	128,912	117,029	123,454	150,298	145,529	145,790	132,266	138,204
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	109,649	96,519	116,389	150,983	135,942	141,819	121,033	151,845
32 Plumbing, heating and building materials	33,209	31,260	31,762	43,256	33,870	33,349	28,448	33,305
33 Jewellery	112,886	113,175	119,253	133,470	121,328	116,950	104,228	113,723
34 Toys and games	73,582	67,604	69,487	88,032	78,559	70,437	62,883	70,143
35 Sporting goods and luggage	106,210	109,124	120,993	159,494	157,523	155,299	132,515	135,546
36 Stationery, books and magazines	85,895	77,322	78,563	93,255	90,177	89,696	87,607	97,991
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	45,833	44,780	41,673	55,367	48,852	51,077	38,558	47,958
38 Meals and lunches	1,490	959	799	797	2,513	2,153	2,106	1,333
39 Repairs and services	5,313	4,271	4,298	5,961	5,434	5,700	4,750	6,565
40 All other departments	60,107	58,607	64,393	84,704	82,088	84,531	71,970	77,752
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,685,020	2,618,121	2,783,992	3,324,766	3,107,200	3,040,395	2,694,152	3,038,710

1. At selling value.

TABLEAU 8. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1981							Rayon	N°
August	September	October	November	December	April/ March 1982	April 1982/1981		
Changement								
Change - Variation								
August	September	October	November	December	April/ March 1982	April 1982/1981	Rayon	
août	septembre	octobre	novembre	décembre	avril/ mars 1982	avril 1982/1981		
thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
40,505	42,691	61,182	53,746	45,831	+ 23.0	+ 9.7	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
62,840	65,741	74,809	60,150	35,304	- 5.6	- 3.7	formes pour dames et jeunes filles	
115,724	112,960	145,499	137,605	98,255	+ 21.6	+ 11.9	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
20,839	23,072	26,692	25,164	21,783	- 0.1	- 21.0	filles	
76,715	68,559	96,132	77,985	67,443	+ 33.5	+ 5.3	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
							Fourrures	4
							Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
							de chambres d'enfants	
52,219	45,414	58,640	47,906	34,701	+ 22.3	+ 10.3	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
44,197	43,945	66,918	68,621	40,855	+ 18.0	+ 6.7	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
30,697	26,044	38,582	37,252	31,897	+ 14.9	+ 9.8	Sous-vêtements	8
1,035	1,372	2,302	3,278	3,027	+ 19.3	- 0.8	Chapeaux	9
26,819	21,432	26,808	26,604	20,860	+ 13.3	+ 0.5	Bas pour dames et fillettes	10
46,955	41,520	62,417	58,659	37,112	+ 17.0	- 11.4	Gants, moufles et articles de parure pour	11
93,112	85,055	107,164	97,725	94,195	+ 16.0	+ 20.0	dames et fillettes	
194,816	161,877	217,065	199,866	166,447	+ 22.7	+ 9.3	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
143,484	142,050	189,713	168,170	107,165	+ 22.1	+ 3.5	enfants	
41,163	40,975	58,443	46,414	34,246	+ 18.4	+ 5.2	Vêtements pour hommes	13
							Articles d'habillement pour hommes	14
							Vêtements et articles d'habillement pour	15
							garçons	
80,908	71,868	97,593	86,002	76,019	+ 16.6	+ 6.1	Chaussures pour hommes et garçons	16
25,917	26,965	37,527	41,887	25,657	+ 0.6	+ 5.5	Produits alimentaires et connexes	17
135,627	135,837	207,606	208,185	151,994	+ 21.1	+ 20.6	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
							caments	
53,831	48,302	73,471	60,613	44,962	+ 35.3	+ 14.1	Appareils et fournitures photographiques	19
29,533	26,989	33,103	31,952	30,923	+ 4.5	- 0.6	Tissus à la pièce	20
105,339	94,325	130,265	129,646	119,640	+ 9.6	+ 4.3	Literie et linge de maison	21
42,259	38,554	44,062	38,944	42,553	+ 28.3	+ 0.4	Menus articles	22
85,099	80,387	97,388	98,820	106,239	+ 1.9	+ 6.0	Porcelaine et verrerie	23
63,686	54,111	65,319	59,510	66,289	+ 15.9	+ 14.0	Revêtements de plancher	24
68,332	61,324	80,445	76,572	76,095	+ 12.5	+ 3.7	Tentures, rideaux et housses	25
52,219	46,732	62,781	56,350	43,282	+ 21.1	+ 13.6	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
207,412	188,708	242,562	214,334	237,373	+ 14.7	+ 3.3	d'ameublement pour la maison	
69,592	63,851	86,627	85,708	81,194	+ 14.8	- 16.4	Meubles	27
116,717	110,165	154,115	149,488	128,437	+ 18.2	+ 13.9	Gros appareils ménagers	28
136,469	129,367	166,700	166,421	125,107	+ 21.7	+ 3.3	Télévision, radio et musique	29
							Articles de ménage et petits appareils élec-	30
							triques	
146,709	119,215	172,110	142,527	123,138	+ 29.7	+ 11.1	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
31,853	27,256	36,505	32,824	34,101	+ 36.2	+ 27.7	etc.	
112,761	102,865	144,247	140,658	108,515	+ 11.9	+ 10.0	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
86,882	96,378	141,697	112,172	55,096	+ 26.7	+ 12.1	truction	
124,985	129,106	188,390	152,274	123,644	+ 31.8	+ 1.3	Bijouterie	33
							Jouets et jeux	34
							Articles de sport et valises	35
89,680	86,411	115,662	100,573	74,564	+ 18.7	+ 3.4	Papeterie, livres et revues	36
48,434	41,012	62,225	55,509	47,423	+ 32.9	+ 13.3	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
							réparation et fournitures	
1,150	1,314	1,524	1,386	1,341	- 0.3	- 68.3	Repas et casse-croûtes	38
5,850	5,572	6,800	5,825	4,462	+ 38.7	+ 9.7	Services et travaux de réparation	39
74,219	67,876	90,234	80,260	77,034	+ 31.5	+ 3.2	Tous autres rayons	40
2,986,583	2,777,197	3,771,324	3,437,585	2,844,203	+ 19.4	+ 7.0	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 9. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982(1)

9. Department Store Monthly Stock Sales, January-June		1982				1981			
		January	February	March	April	April	May	June	
Department		Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai	Juin	
No.		thousands of dollars							
		milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	50,757	46,815	46,740	51,023	46,596	44,451	45,091	
2	Women's and misses' coats and suits	39,366	43,467	43,721	44,980	46,576	45,722	45,122	
3	Women's and misses' sportswear	119,224	112,137	116,281	123,492	110,165	106,895	109,239	
4	Furs	18,866	19,567	20,677	18,994	24,090	22,753	22,965	
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	73,823	69,843	68,204	74,084	70,335	68,535	70,564	
6	Girls' and teenage girls' wear	47,493	44,100	46,861	49,419	44,838	43,316	42,760	
7	Lingerie and women's sleepwear	51,292	48,741	47,738	47,605	44,640	43,748	45,593	
8	Intimate apparel	31,930	29,542	31,003	33,328	30,336	31,383	30,663	
9	Millinery	
10	Women's and girls' hosiery	23,207	23,237	25,486	26,077	25,957	24,528	24,257	
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	40,955	42,013	44,195	45,593	51,434	50,775	50,681	
12	Women's, misses' and children's footwear	106,011	103,471	107,973	113,027	94,294	92,526	94,139	
13	Men's clothing	158,767	157,506	164,036	186,450	170,394	163,479	166,078	
14	Men's furnishings	137,525	135,833	138,587	145,605	140,709	131,272	137,914	
15	Boys' clothing and furnishings	40,752	39,215	41,902	42,949	40,868	39,096	40,711	
16	Men's and boys' footwear	83,509	80,746	76,530	79,946	75,156	76,358	81,317	
17	Food and kindred products	
18	Toiletries, cosmetics and drugs	167,305	160,371	160,668	166,929	138,447	137,796	142,085	
19	Photographic equipment and supplies	54,544	53,116	53,348	60,414	52,823	52,046	51,761	
20	Piece goods	29,644	27,755	31,347	30,804	31,009	29,234	29,888	
21	Linens and domestics	116,706	106,351	110,531	108,055	103,320	103,880	105,315	
22	Smallwares and notions	40,307	38,107	37,158	40,197	40,058	38,481	39,927	
23	China and glassware	89,870	94,516	92,974	88,018	83,118	83,684	86,529	
24	Floor coverings	59,724	56,610	58,765	63,688	55,757	58,488	59,690	
25	Draperies, curtains and furniture coverings	77,555	67,538	67,834	69,516	67,166	65,601	65,922	
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	51,070	48,428	47,501	54,225	47,597	48,876	46,925	
27	Furniture	215,180	204,819	198,303	207,044	200,448	197,818	188,340	
28	Major appliances	68,637	55,197	55,147	60,818	72,710	67,784	63,301	
29	Television, radio and music	126,026	124,398	124,785	134,901	118,098	116,652	119,673	
30	Housewares and small electrical appliances	141,033	129,060	126,257	136,834	132,141	134,450	134,386	
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	
32	Plumbing, heating and building materials	
33	Jewellery	125,575	121,003	123,094	124,390	113,181	109,578	111,534	
34	Toys and games	86,589	84,958	84,813	92,074	82,133	77,089	78,040	
35	Sporting goods and luggage	142,735	131,218	128,880	139,381	137,910	133,113	136,712	
36	Stationery, books and magazines	96,445	92,222	90,333	93,022	89,996	83,534	91,306	
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	
38	Meals and lunches	
39	Repairs and services	
40	All other departments	
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,027,526	2,882,407	2,920,680	3,131,549	2,925,471	2,853,276	2,878,029	

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 9. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1981 et 1982(1)

1981						Change - Variation		Rayon	N ^o
July	August	September	October	November	December	April March 1982			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Avril/ Mars 1982			
thousands of dollars						per cent			
milliers de dollars						pourcentage			
45,963	45,989	50,600	51,973	46,503	50,872	+ 9.2		Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
50,113	47,435	49,165	49,355	49,261	45,778	+ 2.9		formes pour dames et jeunes filles	
111,616	116,267	130,095	128,983	120,449	123,659	+ 6.2		Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
20,202	18,928	19,971	20,328	20,307	20,306	- 8.1		filles	
73,498	72,409	72,036	81,334	72,070	75,708	+ 8.6		Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
								Fourrures	4
								Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
								de chambres d'enfants	
46,821	47,357	46,111	49,117	42,156	48,296	+ 5.5		Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
46,409	43,863	47,608	50,279	51,021	52,869	- 0.3		Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
31,982	30,754	31,189	35,655	31,443	31,691	+ 7.5		Sous-vêtements	8
...		Chapeaux	9
23,889	23,803	23,071	24,651	24,685	24,276	+ 2.3		Bas pour dames et fillettes	10
50,830	48,668	46,329	47,180	43,428	44,596	+ 3.2		Gants, moufles et articles de parure pour	11
89,546	84,877	91,358	96,994	98,696	104,415	+ 4.7		dames et fillettes	
170,347	167,552	162,867	169,902	164,356	182,672	+ 13.7		Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
139,291	140,156	144,097	143,217	139,081	142,257	+ 5.1		enfants	
47,044	41,711	41,910	44,831	41,743	42,491	+ 2.5		Vêtements pour hommes	13
								Articles d'habillement pour hommes	14
								Vêtements et articles d'habillement pour	15
								garçons	
81,648	77,492	77,661	80,448	80,721	86,616	+ 4.5		Chaussures pour hommes et garçons	16
...		Produits alimentaires et connexes	17
148,343	151,997	156,583	164,902	156,981	170,279	+ 3.9		Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
55,017	57,837	55,944	54,665	45,784	50,738	+ 13.2		caments	
29,858	28,695	29,747	30,614	31,560	31,435	- 1.7		Appareils et fournitures photographiques	19
								Tissus à la pièce	20
113,966	112,562	114,802	122,740	119,085	119,674	- 2.2		Literie et linge de maison	21
41,356	41,134	42,996	42,932	40,712	42,018	+ 8.2		Menus articles	22
85,588	85,576	88,187	88,090	83,857	98,775	- 5.3		Porcelaine et verrerie	23
64,486	62,452	61,873	63,167	61,805	60,813	+ 8.4		Revêtements de plancher	24
70,956	70,403	71,690	76,068	75,653	74,402	+ 2.5		Tentures, rideaux et housses	25
48,930	50,171	50,956	52,200	50,213	52,304	+ 14.2		Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
214,883	220,196	227,870	245,666	215,288	215,321	+ 4.4		d'ameublement pour la maison	
76,179	78,624	79,950	84,384	78,837	74,152	+ 10.3		Meubles	27
125,079	123,799	127,669	139,121	125,530	123,524	+ 8.1		Grns appareils ménagers	28
139,208	139,564	142,749	147,172	144,400	143,958	+ 8.4		Télévision, radio et musique	29
								Articles de ménage et petits appareils élec-	30
								triques	
...		Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
...		etc.	
119,020	115,822	118,571	122,275	112,920	120,085	+ 1.1		Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
81,017	81,228	76,824	80,171	83,204	99,195	+ 8.6		truction	
138,106	128,790	133,496	144,608	134,781	144,593	+ 8.1		Rijouterie	33
								Jouets et jeux	34
								Articles de sport et valises	35
92,794	84,377	89,861	92,355	81,279	93,742	+ 3.0		Papeterie, livres et revues	36
...		Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
...		réparation et fournitures	
...		Repas et casse-croûtes	38
...		Services et travaux de réparation	39
...		Tous autres rayons	40
3,003,478	2,971,521	3,013,193	3,187,136	3,004,193	3,083,503	+ 7.2		TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 10. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982

No.	Department	1982				1981		
		January	February	March	April	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5.58	4.41	3.63	3.51	3.08	2.32	2.04
1	Women's and misses' coats and suits	2.69	3.70	2.62	2.44	2.65	3.82	5.48
1	Women's and misses' sportswear	3.93	3.58	3.05	3.18	2.88	2.52	2.23
1	Furs	4.40	5.06	5.53	23.82	30.91	19.62	37.42
1	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.99	3.92	3.12	3.37	3.41	3.52	3.20
1	Girls' and teenage girls' wear	4.72	3.93	2.90	3.19	3.13	3.23	2.69
1	Lingerie and women's sleepwear	4.47	3.95	3.66	3.53	3.59	3.07	2.72
1	Intimate apparel	4.84	4.28	3.47	3.44	3.13	3.34	2.80
1	Millinery	1.25	1.34	1.13	1.06	1.15	1.79	1.22
1	Women's and girls' hosiery	2.78	3.21	2.85	2.73	2.92	3.03	2.91
1	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.28	4.86	3.93	3.83	4.25	4.08	5.70
1	Women's, misses' and children's footwear	6.72	7.87	5.66	5.12	4.38	4.21	4.18
1	Men's clothing	5.40	6.91	4.84	5.75	5.17	5.14	5.85
1	Men's furnishings	5.41	5.85	4.85	5.11	5.23	4.76	5.00
1	Boys' clothing and furnishings	5.83	6.24	4.04	3.63	3.70	3.79	4.01
1	Men's and boys' footwear	7.29	8.71	6.60	5.58	5.24	5.62	5.93
1	Food and kindred products	0.80	0.58	0.70	0.59	0.61	0.59	0.71
1	Toiletries, cosmetics and drugs	5.04	4.06	3.82	4.28	3.92	3.69	5.49
1	Photographic equipment and supplies	5.98	5.97	4.67	5.54	4.90	4.55	5.14
1	Piece goods	6.92	7.14	6.40	6.91	6.00	6.02	6.46
2	Linens and domestics	4.47	7.16	5.95	5.97	5.45	5.28	5.56
2	Smallwares and notions	4.11	4.66	4.62	5.65	5.57	6.67	6.42
2	China and glassware	10.89	11.27	9.22	8.95	8.21	7.79	7.43
2	Floor coverings	6.55	5.56	4.76	5.50	4.42	4.64	4.91
2	Draperies, curtains and furniture coverings	7.78	7.21	4.87	5.00	4.74	4.60	5.94
1	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7.39	7.81	6.47	8.11	6.00	7.01	6.02
1	Furniture	5.42	6.34	5.58	6.25	5.10	4.33	5.09
1	Major appliances	1.92	2.09	1.82	2.07	1.99	1.66	1.07
1	Television, radio and music	4.29	4.83	4.19	5.10	4.67	4.67	5.42
1	Housewares and small electrical appliances	5.63	4.64	5.11	5.09	5.02	4.45	5.22
1	Hardware, paints, wallpaper, etc.	5.18	4.76	5.66	5.74	4.68	4.12	3.80
1	Plumbing, heating and building materials	5.30	4.88	4.30	4.05	3.30	2.88	2.68
1	Jewellery	11.68	10.02	7.74	7.90	6.81	5.84	5.48
1	Toys and games	10.64	8.64	7.15	6.26	5.82	6.29	5.45
1	Sporting goods and luggage	5.34	6.79	5.76	5.67	5.56	4.83	3.76
1	Stationery, books and magazines	4.92	4.26	4.25	4.62	4.62	4.49	4.09
1	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	2.84	3.51	2.74	3.05	2.73	2.85	3.11
1	Meals and lunches	0.08	0.05	0.04	0.04	0.13	0.10	0.10
1	Repairs and services	0.83	0.68	0.56	0.76	0.91	0.94	0.70
1	All other departments	3.02	2.97	2.85	2.82	2.73	2.35	2.44
	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.37	4.42	3.94	4.16	3.88	3.62	3.15

TABLEAU 10. Rapports mensuels stocks-ventes, des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1981						Rayon	N°
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
2.60	2.64	2.52	3.79	2.92	2.00		
9.11	4.06	3.36	2.94	2.82	1.48	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
2.23	2.58	1.90	2.88	2.61	1.41	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
13.77	9.34	8.25	7.57	5.50	3.12	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
4.48	3.27	2.80	3.79	3.02	1.87	Fourrures	4
						Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4.54	2.30	2.50	3.58	2.67	1.38	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
2.44	3.52	2.88	4.04	2.87	0.95	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3.41	3.41	2.71	4.47	3.92	2.44	Sous-vêtements	8
1.36	1.16	0.93	1.08	1.05	0.75	Chapeaux	9
3.86	3.64	2.01	2.45	2.49	1.34	Bas pour dames et fillettes	10
4.76	4.10	2.50	3.76	2.74	1.05	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
5.35	4.21	2.97	3.79	3.71	3.01	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
6.41	6.16	3.94	5.16	3.99	2.42	Vêtements pour hommes	13
4.88	5.12	3.92	5.05	2.99	1.06	Articles d'habillement pour hommes	14
6.71	2.52	3.47	4.98	3.40	1.54	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
6.97	5.76	4.17	5.68	4.81	3.24	Chaussures pour hommes et garçons	16
3.67	0.47	0.56	0.67	0.63	0.34	Produits alimentaires et connexes	17
3.82	3.58	3.45	4.83	4.13	1.51	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
3.90	3.69	3.83	5.66	3.65	1.39	Appareils et fournitures photographiques	19
9.38	6.49	4.74	5.50	5.16	6.70	Tissus à la pièce	20
4.12	4.47	3.68	5.20	5.14	3.02	Literie et linge de maison	21
6.36	5.66	3.74	4.11	3.88	3.37	Menus articles	22
7.77	8.70	6.72	8.70	5.40	2.94	Porcelaine et verrerie	23
5.09	5.59	4.42	4.63	4.26	5.39	Revêtements de plancher	24
4.24	4.80	4.12	5.05	4.81	4.27	Tentures, rideaux et housses	25
4.88	6.51	5.37	6.78	4.33	2.13	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
4.48	5.44	4.25	5.74	5.17	5.62	Meubles	27
1.59	1.85	1.62	2.08	2.25	1.87	Gros appareils ménagers	28
4.80	3.93	3.37	4.30	3.28	1.83	Télévision, radio et musique	29
4.40	4.42	4.42	4.85	3.92	1.66	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
4.63	5.91	5.01	6.37	5.30	3.26	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
4.40	3.51	3.02	3.48	3.50	3.64	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
4.88	6.51	4.64	7.47	4.21	1.60	Bijouterie	33
4.40	6.88	7.89	6.66	2.35	0.72	Jouets et jeux	34
4.40	5.01	5.66	8.03	5.37	2.30	Articles de sport et valises	35
4.30	3.29	3.28	4.97	3.15	1.23	Papeterie, livres et revues	36
4.44	2.77	2.55	2.77	2.45	2.06	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
4.44	0.06	0.06	0.07	0.06	0.04	Repas et casse-croûtes	38
4.44	0.96	0.80	0.82	0.61	0.46	Services et travaux de réparation	39
4.44	2.95	2.90	3.26	3.09	1.64	Tous autres rayons	40
4.91	3.71	3.21	4.14	3.28	1.82	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 11. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982

		1982				1981			
Department		January	February	March	April	April	May		
		Janvier	Février	Mars	Avril	Avril	Mai		
No.									
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.18	0.23	0.29	0.32	0.36	0.40	0.45	
2	Women's and misses' coats and suits	0.33	0.31	0.38	0.40	0.38	0.24	0.38	
3	Women's and misses' sportswear	0.26	0.29	0.35	0.34	0.38	0.38	0.41	
4	Furs	0.21	0.19	0.18	0.04	0.03	0.05	0.13	
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	0.24	0.25	0.32	0.34	0.34	0.27	0.31	
6	Girls' and teenage girls' wear	0.21	0.27	0.37	0.34	0.36	0.30	0.44	
7	Lingerie and women's sleepwear	0.22	0.25	0.29	0.31	0.31	0.32	0.44	
8	Intimate apparel	0.21	0.22	0.29	0.31	0.34	0.31	0.42	
9	Millinery	0.56	0.62	0.82	1.03	1.01	0.63	0.86	
10	Women's and girls' hosiery	0.36	0.32	0.38	0.39	0.37	0.32	0.42	
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.23	0.22	0.27	0.28	0.25	0.24	0.25	
12	Women's, misses' and children's footwear	0.14	0.13	0.19	0.21	0.25	0.23	0.23	
13	Men's clothing	0.16	0.16	0.21	0.19	0.21	0.19	0.23	
14	Men's furnishings	0.19	0.17	0.21	0.21	0.21	0.20	0.21	
15	Boys' clothing and furnishings	0.17	0.17	0.24	0.30	0.29	0.25	0.25	
16	Men's and boys' footwear	0.13	0.12	0.16	0.19	0.21	0.18	0.19	
17	Food and kindred products	1.50	1.57	1.49	1.69	1.65	1.66	1.45	
18	Toiletries, cosmetics and drugs	0.21	0.22	0.27	0.26	0.27	0.27	0.27	
19	Photographic equipment and supplies	0.18	0.16	0.21	0.21	0.23	0.22	0.22	
20	Piece goods	0.13	0.14	0.17	0.15	0.17	0.16	0.15	
21	Linens and domestics	0.21	0.14	0.17	0.18	0.20	0.19	0.21	
22	Smallwares and notions	0.22	0.21	0.22	0.20	0.20	0.15	0.15	
23	China and glassware	0.08	0.09	0.11	0.11	0.13	0.13	0.13	
24	Floor coverings	0.14	0.17	0.22	0.20	0.24	0.22	0.21	
25	Draperies, curtains and furniture coverings	0.13	0.13	0.20	0.21	0.22	0.22	0.24	
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.14	0.13	0.16	0.14	0.17	0.15	0.15	
27	Furniture	0.17	0.16	0.18	0.17	0.21	0.23	0.30	
28	Major appliances	0.47	0.44	0.55	0.52	0.53	0.57	0.86	
29	Television, radio and music	0.22	0.20	0.25	0.21	0.23	0.21	0.22	
30	Housewares and small electrical appliances	0.18	0.21	0.20	0.22	0.22	0.22	0.23	
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.18	0.20	0.19	0.20	0.23	0.25	0.24	
32	Plumbing, heating and building materials	0.19	0.20	0.23	0.28	0.34	0.34	0.34	
33	Jewellery	0.09	0.10	0.13	0.13	0.16	0.17	0.17	
34	Toys and games	0.11	0.11	0.14	0.18	0.19	0.15	0.17	
35	Sporting goods and luggage	0.17	0.15	0.18	0.20	0.20	0.21	0.24	
36	Stationery, books and magazines	0.22	0.22	0.24	0.23	0.24	0.22	0.23	
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.35	0.28	0.35	0.37	0.41	0.36	0.40	
38	Meals and lunches	12.92	15.04	22.85	24.53	9.46	8.88	9.59	
39	Repairs and services	1.31	1.32	1.81	1.53	1.21	1.09	1.24	
40	All other departments	0.29	0.33	0.37	0.40	0.40	0.43	0.38	
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.22	0.22	0.26	0.26	0.28	0.27	0.29	

TABLEAU 11. Rapports mensuels ventes-stocks, des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1981							Rayon	N°
July	August	September	October	November	December			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre			
0.40	0.37	0.41	0.31	0.32	0.46	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1	
0.15	0.25	0.30	0.36	0.32	0.50	formes pour dames et jeunes filles	2	
0.37	0.39	0.52	0.39	0.37	0.59	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	3	
0.07	0.11	0.13	0.15	0.17	0.30	filles	4	
0.26	0.28	0.34	0.31	0.30	0.50	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	5	
						Fourrures	6	
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	7	
						de chambres d'enfants	8	
0.26	0.41	0.37	0.32	0.34	0.61	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	9	
0.35	0.29	0.35	0.30	0.35	0.79	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	10	
0.31	0.29	0.34	0.27	0.25	0.38	Sous-vêtements	11	
0.78	0.80	1.22	1.16	1.12	1.27	Chapeaux	12	
0.27	0.29	0.44	0.45	0.40	0.66	Bas pour dames et fillettes	13	
0.22	0.24	0.38	0.32	0.35	0.74	Gants, moufles et articles de parure pour	14	
0.19	0.24	0.32	0.29	0.26	0.33	dames et fillettes	15	
0.17	0.18	0.23	0.22	0.24	0.37	Chaussures pour dames, jeunes filles et	16	
0.22	0.20	0.25	0.23	0.31	0.73	enfants	17	
0.18	0.33	0.29	0.24	0.26	0.55	Vêtements pour hommes	18	
						Articles d'habillement pour hommes	19	
						Vêtements et articles d'habillement pour	20	
						garçons	21	
0.15	0.17	0.23	0.20	0.19	0.29	Chaussures pour hommes et garçons	22	
1.46	1.90	1.81	1.73	1.67	2.26	Produits alimentaires et connexes	23	
0.27	0.27	0.29	0.25	0.24	0.56	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	24	
0.28	0.27	0.25	0.21	0.25	0.61	caments	25	
0.12	0.15	0.20	0.20	0.19	0.15	Appareils et fournitures photographiques	26	
						Tissus à la pièce	27	
0.25	0.22	0.26	0.22	0.19	0.32	Literie et linge de maison	28	
0.16	0.17	0.26	0.26	0.24	0.31	Menus articles	29	
0.13	0.12	0.14	0.13	0.19	0.35	Porcelaine et verrerie	30	
0.20	0.18	0.21	0.24	0.22	0.20	Revêtements de plancher	31	
0.25	0.20	0.23	0.22	0.20	0.23	Tentures, rideaux et housses	32	
0.18	0.16	0.18	0.17	0.22	0.41	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	33	
0.23	0.18	0.22	0.20	0.18	0.19	d'ameublement pour la maison	34	
0.68	0.53	0.59	0.55	0.44	0.52	Meubles	35	
0.25	0.25	0.29	0.27	0.30	0.50	Gros appareils ménagers	36	
0.23	0.22	0.22	0.23	0.26	0.52	Télévision, radio et musique	37	
						Articles de ménage et petits appareils élec-	38	
						triques	39	
0.20	0.17	0.18	0.19	0.17	0.28	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	40	
0.32	0.28	0.31	0.33	0.27	0.28	etc.	41	
0.15	0.15	0.21	0.16	0.23	0.54	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	42	
0.20	0.16	0.13	0.18	0.38	0.92	truction	43	
0.23	0.19	0.18	0.15	0.17	0.39	Bijouterie	44	
						Jouets et jeux	45	
						Articles de sport et valises	46	
0.20	0.29	0.30	0.23	0.30	0.69	Papeterie, livres et revues	47	
0.42	0.36	0.36	0.44	0.39	0.45	Essence, huile, accessoires d'automobile,	48	
1.63	16.74	16.56	15.44	15.92	22.66	réparation et fournitures	49	
1.14	0.98	1.21	1.34	1.52	1.87	Repas et casse-croûtes	50	
2.34	0.33	0.33	0.35	0.30	0.60	Services et travaux de réparation	51	
						Tous autres rayons	52	
1.26	0.26	0.29	0.27	0.29	0.49	TOTAL, TOUS RAYONS	53	

TABLE 12. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, (1) Unadjusted, Canada, 1980-1982

TABLEAU 12. Montants à recevoir(1), non ajustés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982

Month	1980	1981	1982	Change from previous month	Change 1982/1981
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1982/1981
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,510,848	1,554,350	1,624,889	- 9.1	+ 4.5
February - Février	1,453,884	1,488,706	1,554,529	- 4.3	+ 4.4
March - Mars	1,388,475	1,476,287	1,537,740 ^F	- 1.1	+ 4.2
April - Avril	1,397,066	1,483,717	1,536,243	- 0.1	+ 3.5
May - Mai	1,381,243	1,493,281			
June - Juin	1,359,373	1,501,535			
July - Juillet	1,341,270	1,523,351			
August - Août	1,346,822	1,512,048			
September - Septembre	1,401,404	1,537,138			
October - Octobre	1,434,563	1,550,904			
November - Novembre	1,490,778	1,622,633			
December - Décembre	1,658,191	1,788,145			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 13. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, (1) Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982

TABLEAU 13. Montants à recevoir(1), désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982

Month	1980	1981	1982	Change from previous month	Change 1982/1981
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1982/1981
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,420.3	1,470.0	1,538.0	- 1.6	+ 4.6
February - Février	1,438.8	1,480.0	1,532.2	- 0.4	+ 3.5
March - Mars	1,408.9	1,499.0	1,563.1 ^F	+ 2.0	+ 4.3
April - Avril	1,424.7	1,515.0	1,573.7	+ 0.7	+ 3.9
May - Mai	1,417.5	1,537.0			
June - Juin	1,420.8	1,563.0			
July - Juillet	1,425.6	1,615.0			
August - Août	1,430.0	1,595.0			
September - Septembre	1,440.8	1,581.0			
October - Octobre	1,442.6	1,565.0			
November - Novembre	1,441.4	1,570.0			
December - Décembre	1,448.9	1,563.0			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Department Store Sales and
Stocks, MCD, Seasonal
and Trading Day Factors

Ventes et stocks des grands
magasins MDC et coefficients de
corrections des variations
saisonnnières et des jours
commerciaux

TABLE 14. Department Store Sales, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1982 and 1983

No.	Department	1982						
		MCD	March	April	May	June	July	August
		MDC	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	86.83	110.01	128.82	115.40	98.71	91.77
2	Women's and misses' coats and suits	6	103.83	98.45	53.75	41.36	47.82	105.31
3	Women's and misses' sportswear	3	88.53	99.35	107.84	98.52	90.23	96.08
4	Furs	12	67.11	26.19	18.47	17.20	47.90	91.86
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	85.38	101.02	91.01	87.87	91.36	104.29
6	Girls' and teenage girls' wear	4	91.29	100.97	90.84	87.19	82.53	139.25
7	Lingerie and women's sleepwear	3	73.67	84.09	96.04	88.99	91.88	72.45
8	Intimate apparel	4	93.23	107.40	106.68	112.14	103.39	95.30
9	Millinery	12	57.58	73.52	63.94	60.82	62.19	60.53
10	Women's and girls' hosiery	3	92.17	106.67	97.57	84.53	72.78	81.11
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	77.06	86.97	89.53	82.70	69.94	74.52
12	Women's, misses' and children's footwear	6	90.00	109.69	104.36	95.02	78.24	97.90
13	Men's clothing	4	92.79	92.57	86.66	95.80	72.81	81.88
14	Men's furnishings	5	69.39	78.14	78.57	103.77	77.70	72.97
15	Boys' clothing and furnishings	6	84.89	98.19	85.90	79.36	78.95	138.31
16	Men's and boys' footwear	5	85.36	111.00	98.91	103.21	85.19	91.11
17	Food and kindred products	7	93.42	106.15	102.06	88.64	89.54	99.67
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	84.09	91.02	91.00	87.50	89.74	85.29
19	Photographic equipment and supplies	4	72.92	81.65	84.71	98.57	103.16	96.08
20	Piece goods	5	109.03	107.95	104.36	91.00	77.75	90.03
21	Linens and domestics	3	77.07	84.43	89.52	93.71	111.85	95.65
22	Smallwares and notions	4	91.75	93.39	77.68	76.88	84.82	83.84
23	China and glassware	4	73.31	77.63	87.93	84.33	85.31	76.9
24	Floor coverings	5	98.16	98.84	100.15	95.78	102.81	91.04
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	92.69	107.71	101.49	105.86	112.96	93.61
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	83.01	87.59	82.20	80.27	88.88	83.1
27	Furniture	4	94.45	91.17	105.50	100.66	122.83	96.6
28	Major appliances	5	89.95	90.03	101.35	101.15	122.44	101.3
29	Television, radio and music	4	85.20	77.82	75.03	72.82	86.17	87.7
30	Housewares and small electrical appliances	3	75.48	86.01	96.50	89.54	98.55	88.0
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4	79.73	106.64	121.03	112.69	100.89	89.3
32	Plumbing, heating and building materials	7	85.08	111.89	120.16	126.52	110.00	94.
33	Jewellery	3	69.88	80.23	87.84	84.76	76.37	73.
34	Toys and games	4	49.44	66.82	60.34	57.13	66.15	57.
35	Sporting goods and luggage	3	70.99	102.38	113.79	120.15	115.12	84.
36	Stationery, books and magazines	4	75.61	79.20	81.52	80.97	75.68	10.5
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	86.03	106.75	97.40	101.78	101.19	91.
38	Meals and lunches	3	95.51	95.34	94.92	96.64	98.83	94.
39	Repairs and services	7	92.90	91.50	92.77	100.34	91.76	88.
40	All other departments	4	84.56	114.27	134.63	110.37	101.48	
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	84.43	93.93	95.37	93.70	91.90	91

TABLEAU 14. Ventes des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1982 et 1983

1982		1983				Rayon	NO
September	October	November	December	January	February		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février		
102.23	95.41	105.80	142.27	56.53	65.80	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-formes pour dames et jeunes filles	1
131.00	163.41	149.76	159.25	72.75	68.40	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
124.99	103.27	116.94	151.12	58.72	63.76	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
103.49	127.36	172.25	245.52	169.10	116.20	Fourrures	4
111.10	113.19	116.66	161.72	67.80	67.55	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
117.06	98.74	120.71	159.57	50.35	61.21	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
92.29	91.96	141.57	259.37	53.38	58.54	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
105.10	89.96	98.17	141.17	76.05	70.02	Sous-vêtements	8
91.00	141.75	202.05	256.36	79.41	55.47	Chapeaux	9
115.89	112.55	117.83	165.37	80.51	72.52	Bas pour dames et fillettes	10
106.35	104.55	149.28	245.83	57.41	57.34	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
126.98	121.15	124.33	136.25	59.65	55.15	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
110.93	110.20	143.18	191.80	63.06	59.12	Vêtements pour hommes	13
93.20	94.59	151.55	269.67	57.18	54.24	Articles d'habillement pour hommes	14
107.17	100.88	120.69	198.55	53.57	53.93	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
113.50	110.09	122.42	160.69	60.55	58.37	Chaussures pour hommes et garçons	16
88.19	95.06	117.44	142.20	82.08	97.09	Produits alimentaires et connexes	17
89.68	93.59	114.19	224.08	75.50	75.10	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
92.89	87.22	114.47	241.33	69.31	59.14	Appareils et fournitures photographiques	19
116.23	117.64	117.79	96.86	83.93	85.61	Tissus à la pièce	20
112.17	100.26	108.72	164.14	101.01	61.84	Literie et linge de maison	21
117.31	114.10	118.97	150.20	105.59	84.66	Menus articles	22
96.62	83.10	139.69	273.96	65.75	59.59	Porcelaine et verrerie	23
104.82	118.30	122.66	105.36	80.48	82.08	Revêtements de plancher	24
105.31	107.69	111.15	118.67	74.32	67.99	Tentures, rideaux et housses	25
99.71	96.49	137.56	222.19	74.01	66.09	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
106.94	99.15	102.82	100.25	104.55	74.63	Meubles	27
110.97	105.24	100.59	112.18	94.64	70.27	Gros appareils ménagers	28
111.39	104.45	130.92	212.18	87.02	69.99	Télévision, radio et musique	29
93.14	89.86	123.18	223.38	67.32	71.11	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
96.92	107.06	105.55	142.46	70.71	67.01	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
100.05	112.13	98.78	100.63	67.44	69.59	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
99.87	80.88	139.35	311.73	46.83	52.35	Bijouterie	33
60.09	100.24	231.65	383.77	34.02	37.83	Jouets et jeux	34
83.44	79.40	109.20	194.64	72.58	56.73	Articles de sport et valises	35
07.65	87.32	126.37	241.57	75.00	68.82	Papeterie, livres et revues	36
90.76	119.96	124.13	137.57	73.07	68.10	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
97.16	100.49	111.65	146.87	84.22	79.92	Repas et casse-croûtes	38
98.75	110.93	136.45	132.29	83.97	78.66	Services et travaux de réparation	39
82.55	90.61	96.46	161.17	68.14	67.59	Tous autres rayons	40
01.89	101.31	123.87	182.98	72.42	67.48	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 15. Department Store Stocks, MCD and Seasonal Factors, 1982 and 1983

No.	Department	1982						
		MCD	March	April	May	June	July	August
		MDC	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4	106.88	120.38	111.23	85.62	91.70	87.62
2	Women's and misses' coats and suits	4	85.51	78.45	66.95	68.32	126.89	132.10
3	Women's and misses' sportswear	3	103.59	118.58	114.51	93.12	101.61	99.34
4	Furs	5	78.68	85.55	86.78	82.52	93.18	109.49
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	4	88.94	109.33	103.09	90.24	122.61	105.60
6	Girls' and teenage girls' wear	3	94.26	109.34	107.73	89.61	122.76	110.24
7	Lingerie and women's sleepwear	4	94.60	111.97	109.79	90.32	93.94	100.43
8	Intimate apparel	3	94.93	101.43	107.26	91.55	97.47	99.69
9	Millinery
10	Women's and girls' hosiery	4	97.26	107.71	108.86	93.49	102.01	112.52
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	3	94.91	107.60	103.71	87.34	94.83	96.11
12	Women's, misses' and children's footwear	3	101.74	112.77	107.63	96.95	105.48	109.53
13	Men's clothing	3	93.88	101.36	101.78	81.92	96.30	116.13
14	Men's furnishings	4	92.75	107.76	108.80	88.86	100.13	102.18
15	Boys' clothing and furnishings	4	88.38	102.11	95.76	89.12	122.87	98.47
16	Men's and boys' footwear	4	100.32	112.00	112.48	94.76	102.09	104.18
17	Food and kindred products
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	90.73	105.78	104.61	92.52	96.78	89.74
19	Photographic equipment and supplies	4	85.96	102.69	104.38	86.47	97.10	93.04
20	Piece goods	4	100.43	106.76	104.24	96.64	101.31	102.53
21	Linens and domestics	3	97.85	109.68	112.50	102.78	97.69	93.42
22	Smallwares and notions	4	91.93	109.00	114.31	106.84	110.72	102.60
23	China and glassware	3	94.56	101.78	104.80	95.79	98.87	99.14
24	Floor coverings	3	95.85	102.52	104.51	103.14	101.85	101.86
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	97.99	107.54	108.90	97.38	101.70	96.76
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	95.90	101.70	110.58	99.97	102.59	104.1
27	Furniture	3	100.61	110.49	111.01	102.24	99.16	94.1
28	Major appliances	4	103.80	108.03	104.36	95.56	95.17	88.5
29	Television, radio and music	3	97.55	106.67	103.90	96.79	94.74	94.2
30	Housewares and small electrical appliances	3	97.78	109.84	108.35	98.41	99.49	97.6
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	3	96.88	107.30	106.63	93.31	95.67	97.2
34	Toys and games	4	81.93	95.61	91.31	80.77	86.97	106.7
35	Sporting goods and luggage	4	93.88	114.43	116.58	96.89	98.32	96.8
36	Stationery, books and magazines	4	86.97	100.25	107.35	96.00	105.67	106.
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies
38	Meals and lunches
39	Repairs and services
40	All other departments
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2	95.32	106.17	106.47	93.57	101.35	100.

TABLEAU 15. Stocks des grands magasins, MDC et coefficients de corrections des variations saisonnières, 1982 et 1983

1982		1983				Rayon	N°
September	October	November	December	January	February		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février		
84.23	117.96	115.58	90.13	89.88	98.82	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
133.55	152.38	122.79	77.03	70.87	84.64	formes pour dames et jeunes filles	
86.67	113.07	114.13	79.62	82.92	92.89	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
115.63	131.27	123.74	107.59	97.80	87.88	filles	
94.99	118.41	108.37	89.28	83.33	85.99	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
						Fourrures	4
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
						de chambres d'enfants	
98.51	119.47	113.67	72.03	73.90	88.55	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
92.09	133.47	134.34	77.53	78.28	83.08	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
83.29	108.22	118.66	100.71	100.95	95.88	Sous-vêtements	8
...	Chapeaux	9
92.58	108.94	107.81	86.05	90.53	92.43	Bas pour dames et fillettes	10
89.34	132.55	134.65	83.38	84.91	90.86	Gants, moufles et articles de parure pour	11
92.79	110.72	99.15	90.35	82.01	90.73	dames et fillettes	
99.15	128.29	121.95	91.17	76.06	91.85	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
98.50	132.80	120.80	75.40	83.82	88.21	enfants	
97.75	130.80	111.05	80.75	86.36	96.76	Vêtements pour hommes	13
						Articles d'habillement pour hommes	14
						Vêtements et articles d'habillement pour	15
						garçons	
92.20	121.50	106.46	88.13	80.87	84.98	Chaussures pour hommes et garçons	16
...	Produits alimentaires et connexes	17
86.74	125.97	132.39	89.39	101.00	84.98	Articles de toilette, cosmétiques et médj-	18
86.28	134.73	132.50	88.30	98.95	89.42	caments	
90.59	108.45	101.41	98.57	90.17	98.98	Appareils et fournitures photographiques	19
						Tissus à la pièce	20
82.16	106.33	109.00	99.91	90.77	97.77	Literie et linde de maison	21
89.71	102.91	95.46	101.27	88.65	86.46	Menus articles	22
91.20	110.44	117.80	107.64	88.85	89.23	Porcelaine et verrerie	23
87.59	103.62	96.28	108.63	99.34	94.57	Revêtements de plancher	24
85.35	105.98	101.05	102.31	95.58	99.35	Tentures, rideaux et housses	25
91.52	120.75	112.05	82.76	87.98	89.86	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
82.82	98.91	99.38	110.09	94.73	96.45	d'ameublement pour la maison	
79.99	103.37	108.60	109.15	98.55	104.39	Meubles	27
86.24	110.98	119.24	103.96	94.56	91.05	Gros appareils ménagers	28
90.71	113.46	115.09	86.98	91.49	90.44	Télévision, radio et musique	29
						Articles de ménage et petits appareils élec-	30
						triques	
...	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
...	etc.	
86.57	118.05	124.57	90.49	89.95	93.58	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
24.87	176.47	134.89	55.78	85.08	79.85	truction	
96.56	130.58	112.81	85.51	74.43	83.24	Bijouterie	33
						Jouets et jeux	34
						Articles de sport et valises	35
96.24	124.99	123.82	79.68	89.16	83.78	Papeterie, livres et revues	36
...	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
...	réparation et fournitures	
...	Repas et casse-croûtes	38
...	Services et travaux de réparation	39
...	Tous autres rayons	40
92.06	118.52	114.38	92.35	88.70	90.82	TOTAL, TOUS RAYONS	41

LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland
Bowring Bros. Ltd., 281 Water St., St. John's, Newfoundland
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 190 Yonge St., Toronto, Ontario
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario
K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., Lloydminster, Saskatchewan
Ogilvy, Charles, Ltd., 126 Rideau St., Ottawa, Ontario
Ogilvy's, Jas. A., Ltd., St. Catherine St. W., Montréal, Québec
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario
Robinson, The G.W., Co. Ltd., 18 James St., Hamilton, Ontario
Sentry Dep't. Stores Ltd., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario
Simpson, The Robert, Co. Ltd., 401 Bay St., Toronto, Ontario
Simpson Sears Ltd., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
Smith's & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario
Steinberg Inc., Miracle Mart Division, Montréal, Québec
Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario
Woodward Stores (Alta.) Ltd., Vancouver, British Columbia
Woodward Stores (B.C.) Ltd., Vancouver, British Columbia
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., Weston, Ontario
Zeller's Ltd., 5250 Decarie Blvd., Montréal, Québec

SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Merchandising and Services Division in the Retail Trade sector.

Catalogue

63-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil. 36 pp. First Issue, 1938. (ISSN 0380-7045).

Total sales and number of outlets, by province and selected metropolitan area, and sales and inventories by department, Canada.

63-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil. 1 pp. First Issue, 1950. (ISSN 0709-8650).

Total sales and percentage changes of sales, by region.

63-005 Retail Trade. Monthly. Bil. Approx. 65 pp. First Issue, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total retail sales by province and kind of business, for chain and independent stores; seasonally adjusted sales, Canada.

63-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil. Approx. 15 pp. First Issue, 1932. (ISSN 0705-5595).

Number and value of new passenger cars, trucks and buses sold by province and by origin (Canada and U.S. or imported). Monthly unit sales, by type and origin, seasonally adjusted.

63-014 Merchandising Inventories. M. Bil. 24 pp. First Issue, 1972. (ISSN 0380-7177).

Inventories and stocks/sales ratios, by type of trade for wholesale, by department for department stores, by kind of business for chain stores and independent stores; quarterly percentage changes for independent stores by kind of business.

63-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil. Approx. 74 pp. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total retail sales by chain and department stores including data on floor area, inventory and accounts receivable.

CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division du commerce et des services.

Catalogue

63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil. 36 pages. Premier numéro, 1938. (ISSN 0380-7045).

Ventes totales et nombre de points de ventes par provinces et certaines régions métropolitaines, ventes et stocks par rayon, Canada.

63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil. 1 page. Premier numéro, 1950. (ISSN 0709-8650).

Variations en pourcentage et ventes par région.

63-005 Commerce de détail. Mensuel. Bilingue. Environ 65 pages. Premier numéro, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total des ventes au détail par province et genre de commerce, pour les magasins à succursales et les magasins indépendants; chiffres désaisonnalisés, Canada.

63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil. Environ 15 pages. Premier numéro, 1932. (ISSN 0705-5595).

Nombre et valeur des voitures particulières, des camions et des autobus neufs vendus par province et par lieu d'origine (Canada et É.-U. ou importés). Ventes unitaires mensuelles selon le type et l'origine, après désaisonnalisation.

63-014 Stocks commerciaux. M. Bil. 24 pages. Premier numéro, 1972. (ISSN 0380-7177).

Stocks et rapports stocks/ventes, par genre de commerce pour le commerce de gros, par rayon pour les grands magasins et par genre de commerce pour les magasins à succursales et magasins indépendants: variations trimestrielles en pourcentage pour les magasins indépendants suivant le genre de commerce.

63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil. Environ 74 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total des ventes au détail pour les magasins à succursales et les grands magasins, incluant des données sur la superficie total, des stocks, et comptes à recevoir.

Catalogue

- 63-213 Vending Machine Operators. A. Bil. 21 pp. First Issue, 1958. (ISSN 0527-6411).

Sales of merchandise through automatic vending machines, by type of machine and location, Canada and provinces.

- 63-218 Direct Selling Canada. A. Bil. 14 pp. First Issue, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Sales of various commodities by method of distribution; door-to-door, mail order, etc.

- 63-219 Campus Book Stores, A. Bil. Approx. 8 pp. First Issue, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Retail sales by commodities, employees and payroll, by regions, provinces and Canada, for academic years.

- 63-224 Market Research Handbook. A. Bil. 700 pp. First Issue, 1975. (ISSN 0590-9325).

The data covers such topics as general economic indicators, population characteristics, personal income and expenditure and household facilities.

- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil. 695 pp. (ISBN 0-660-506-13-0). The publication provides revised retail trade estimates for the years 1972 to 1979, both unadjusted and seasonally adjusted and also sections on definitions, concepts, classifications, methodology and data reliability.

Operating Results - Retail Trades. O. Bil. 29 pp. First Issue, 1974.

Reports in the Operating Results series contain ratios (percentages of net sales) for: purchases, inventories, cost of goods sold, gross profit, operating expense items and net profit.

Catalogue

- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques A. Bil. 21 pages. Premier numéro, 1958 (ISSN 0527-6411).

Ventes de marchandise selon le genre de machine et l'emplacement, Canada et provinces.

- 63-218 La vente directe au Canada. A. Bil. 14 pages. Premier numéro, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Ventes de divers produits, par mode de distribution: démarchage, poste, etc.

- 63-219 Librairies de campus. A. Bil. Environ 8 pages. Premier numéro, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Ventes au détail par article, ainsi que le nombre d'employés et la paye, par région, par province et au Canada par année scolaire.

- 63-224 Manuel statistique pour études de marché. A. Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975. (ISSN 0590-9325).

Les données portent sur des sujets tels que les indicateurs économiques généraux, les caractéristiques de la population, le revenu et les dépenses des particuliers et l'équipement ménager.

- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H. Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0). Cette publication contient des données brutes et désaisonnalisées, révisées de 1972 à 1979, des sections sur les définitions, les concepts, le classement, la méthodologie ainsi que des renseignements sur la fiabilité des données.

Résultats d'exploitation - Commerce de détail. H. Bil. 29 pages. Premier numéro, 1974.

Les bulletins de la série des Résultats d'exploitation contiennent des ratios (pourcentages des ventes nettes) pour les achats, les stocks, le coût des biens vendus, les bénéfices bruts, les dépenses d'exploitation et les bénéfices nets.

Catalogue

The following reports on Operating Results are available.

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1979
- 63-604 Independent Women's Retail Clothing Stores, 1975
- 63-605 Independent Retail Hardware Stores, 1976
- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977
- 63-607 Retail Drug Stores, 1978
- 63-608 Retail Florists, 1979
- 63-609 Independent Retail Jewellery Stores, 1978

M. - Monthly A.- Annual Bil.- Bilingual
H.- Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available free on request from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue

Les publications suivantes sur les résultats d'exploitation sont maintenant disponibles.

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1979
- 63-604 Magasins indépendants de vente au détail de vêtements pour dames, 1975
- 63-605 Magasins indépendants de vente au détail de quincaillerie, 1976
- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977
- 63-607 Pharmacies au détail, 1978
- 63-608 Magasins de fleuristes, vente au détail, 1979
- 63-609 Magasins indépendants de vente au détail de bijouterie, 1978

M. - Mensuel A.- Annuel Bil.- Bilingue
H.- Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et social du Canada. On peut se procurer gratuitement un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Department store sales and stocks

May 1982

Ventes et stocks des grands magasins

Mai 1982



Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Merchandising and Services Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V4 (Telephone: 996-9304) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Winnipeg (949-4020)
Halifax (426-5331)	Regina (359-5405)
Montréal (283-5725)	Edmonton (420-3027)
Ottawa (992-4734)	Vancouver (666-3691)
Toronto (966-6586)	

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zénith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1150
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-282-8006
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by Northwest Telephone Co.)	Zénith 0-8913
Northwest Territories (area served by Northwest Telephone Co.)	Zénith 2-2015

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographique sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolinguage et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division du commerce et des services,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V4 (téléphone: 996-9304) au centre de consultation de Statistique Canada à:

St-John's (772-4073)	Winnipeg (949-4020)
Halifax (426-5331)	Regina (359-5405)
Montréal (283-5725)	Edmonton (420-3027)
Ottawa (992-4734)	Vancouver (666-3691)
Toronto (966-6586)	

Un service de communication sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs habitant à l'extérieur des zones de communication locale centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1150
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-282-8006
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la Northwest Telephone Co.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la Northwest Telephone Co.)	Zénith 2-2015

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes et de la distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Statistics Canada
Merchandising and Services Division
Retail Trade Section

Statistique Canada
Division du commerce et des services
Section du commerce de détail

Department store sales and stocks

May 1982

Ventes et stocks des grands magasins

Mai 1982

Published under the authority of
the Minister of Supply and
Services Canada

Statistics Canada should be credited when
reproducing or quoting any part of this document

© Minister of Supply
and Services Canada 1982

August 1982
5-3406-503

Price: Canada, \$3.00, \$30.00 a year
Other Countries, \$3.60, \$36.00 a year

Catalogue 63-002, Vol. 47, No. 5

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

Reproduction ou citation autorisée sous réserve
d'indication de la source: Statistique Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1982

August 1982
5-3406-503

Prix: Canada, \$3.00, \$30.00 par année
Autres pays, \$3.60, \$36.00 par année

Catalogue 63-002, vol. 47, n° 5

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or, in this publication less than half unit expressed.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM staff, Current Economic Analysis Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-995-7406), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou, dans la présente publication, inférieur à la moitié de l'unité exprimée.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel CANSIM, Division de l'analyse de conjoncture, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-995-7406), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	v
Definitions	vi
Methodology	vii
Data Reliability	viii
Non-sampling Errors	viii
Non-sampling Error Measures	ix
Seasonal Adjustment	xi
Explanatory Notes	xii
Charts	
Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982	xiv
Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982	xiv
Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1980-1982	xv
Department Store Sales, Provincial Distribution, 1981 and 1982	xvi
Highlights	xvii
Table	
1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982	2
2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982	4
3. Department Store Monthly Sales, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	6

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	v
Définitions	vi
Méthodologie	vii
Fiabilité des données	viii
Erreurs non liées à l'échantillonnage	viii
Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage	ix
Désaisonnalisation	xi
Notes explicatives	xii
Graphiques	
1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1980-1982	xiv
2. Stocks des grands magasins, par mois, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1980-1982	xiv
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail, par mois, Canada, 1980-1982	xv
4. Ventes des grands magasins, distribution provinciale, 1981 et 1982	xvi
Points saillants	xvii
Tableau	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	2
2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1981 et 1982	4
3. Ventes mensuelles des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	6

TABLE OF CONTENTS - Concluded

TABLES DES MATIÈRES - fin

	Page
Table	
4. Number of Department Store Locations, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	6
5. Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982	8
6. Department Store Cumulative Sales, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	9
7. Department Store Monthly Sales as a Percentage of Total Retail Trade, by Province, 1981 and 1982	9
8. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1981 and 1982	10
9. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982	12
10. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982	14
11. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982	16
12. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1980-1982	18
13. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982	18
14. Department Store Sales, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1982 and 1983	20
15. Department Store Stocks, MCD and Seasonal Factors, 1982 and 1983	22
List of Department Store Organizations	24
Selected Publications	25

Tableau

4. Nombre de points de vente des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982
5. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982
6. Ventes cumulatives des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982
7. Proportions procentuelles mensuelles des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province, 1981 et 1982
8. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982
9. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1981 et 1982
10. Rapports mensuels stocks-ventes, des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982
11. Rapports mensuels ventes-stocks, des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982
12. Montants à recevoir, non ajustés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982
13. Montants à recevoir, désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982
14. Ventes des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1982 et 1983
15. Stocks des grands magasins, MDC et coefficients de corrections des variations saisonnières, 1982 et 1983
Liste des organisations des grands magasins
Choix de publications

INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services. A "List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Merchandising and Services Division, to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments", however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located at department store outlets for the purpose of this publication is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a total unit; that is, it competes in the market place as one structure, rather than as a number of smaller stores.

INTRODUCTION

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division du commerce et des services. (Bien que le recensement mesure également les activités des "établissements", cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement unique et non comme un regroupement de petits magasins.

Definitions

Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics. It must sell the following general lines of merchandise:

Family clothing and apparel. This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least **six** of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

Furniture, appliance and home furnishings. This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least **four** of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

All other (miscellaneous). This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, **such as:** toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at

Définitions

Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes:

Vêtements pour la famille. Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; articles d'habillement pour hommes; vêtements et articles d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **six** des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou articles d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20% des ventes globales du magasin doivent faire dans le groupe de vêtements pour famille.

Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager. Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine; verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de séjour, salle à manger ou chambre à coucher; appareils, télévision, radio et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **quatre** des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10 % des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

Tous autres articles (divers). Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus **telles que:** articles de toilette, cosmétiques, médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus articles; bijouterie; articles de sport et valises; papeterie, livres et revues; et aliments.

at least three different commodity lines with at least one of these lines representing more than 50% of the **total** store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

Total net sales and receipts are defined as the total sales of new used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

Stocks are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or as at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

Accounts receivable are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

Methodology

The **monthly sales values**, published at the Canada, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The **monthly sales values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdown of sales. The percentage distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada sales total in order to provide an estimate of sales by department at the Canada level.

Nota: Le magasin doit tenir au moins **trois** des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50% des ventes **globales** du magasin. Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

Les **ventes et recettes nettes totales** sont définies comme le total des ventes de marchandises neuves usagées et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

Les **stocks** englobent la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

Par **comptes à recevoir** on entend les comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dus en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

Méthodologie

Le **chiffre des ventes mensuelles**, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des sociétés de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100%, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le **chiffre des ventes mensuelles par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes. La répartition en pourcentage des ventes par rayon obtenues auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des **ventes totales** pour le pays afin d'établir une **estimation des ventes** par rayon pour l'ensemble du Canada.

The monthly stock values by department, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sale ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The monthly accounts receivable values, published at the Canada level, are based on a panel of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

Data Reliability

Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

Data response error. This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

Non-response error. Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the

Le chiffre des stocks mensuels par rayon publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le chiffre des comptes à recevoir mensuel pour l'ensemble du pays provient des sociétés de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtes retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir de firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.

Fiabilité des données

Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ couvert par l'enquête. L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou à des variations, d'un interviewer à l'autre et selon le mode de communication retenu, dans l'explicitation des questions et dans l'interprétation des réponses.

La non-réponse. Certains enquêtés refusent de répondre, d'autres en sont incapables et d'autres encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur

non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

Processing error. These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error. Two response measures are derived, namely, the **response rate**, which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the net response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data.

The units used in the Department Store Sales and Stocks Survey for derivation of the response rate is based on (1) the survey unit - the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations and (2) the organizational unit - the department store firm (company) themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in Ontario would be considered as one survey unit and one organizational unit while a firm reporting for five stores in Vancouver, British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as three survey units but only one organizational unit.

non-répondants, si elles existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

Le traitement. L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. S'agissant des estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreur. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) les unités d'enquête - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) les unités organisationnelles - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'enquête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are sales, stocks and accounts receivable.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Text Table I gives the reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example, a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins. Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités organisationnelles dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités représentent 8 millions sur l'estimation publiée de 10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation dans un tel cas, il faudrait tenir compte des deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1982
May

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1982
Mai

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	99.1	96.0	99.9
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	60.0	96.8
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	44.0	70.4
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	94.1	99.9

Seasonal Adjustment

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time." (1) In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristics behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal (variations) and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method (2) to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the analysis and essentially consists of adding one year of raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these operations have been repeated several times. (3)

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements; to get a better

Désaisonnalisation

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps" (1). L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles; la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les **variations saisonnières** sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI (2) afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur l'analyse. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolation prospective et retrospective réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressif à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises (3).

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent être de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure

(1) "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," **Canada Statistical Review**, August 1974.

(2) For further information see the **X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method**, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

(3) See next page.

(1) La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la **Revue statistique du Canada**, Août 1974.

(2) Pour plus ample information voir la **méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI**, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, no. 12-564F au catalogue, hors série.

(3) Voir page suivante.

idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.(3) The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness, whatever the size of the irregular component in the original series.

Explanatory Notes

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios(4) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stocks ratios(5) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas of Montréal, Toronto, Winnipeg and Vancouver are census metropolitan areas as defined by the 1971 Census.

(3) See Tables 14 and 15.

(4) See Table 10.

(5) See Table 11.

idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

A cette fin, ils disposent des mois à dominance cyclique, ou MDC.(3) Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieure à l'unité autrement dit, c'est la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable et indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées dont la période est égale au MCD tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MCD permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Notes explicatives

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication est fondée sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elle tient compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elle ne se limite pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient les ratios stocks-ventes(4) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks(5) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines de Montréal, Toronto, de Winnipeg et de Vancouver correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1971.

(3) Voir les tableaux 14 et 15.

(4) Voir tableau 10.

(5) Voir tableau 11.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current publication is based on.

La liste de référence des marchandises, qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

Les chiffres révisés des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif II donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

TEXT TABLE II. Number of Shopping Days, by Month, 1981 and 1982

TABLEAU EXPLICATIF II. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1981 et 1982

	1982		1981	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	25	5	26	5
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	27	4	26	5
April - Avril	25	4	25	4
May - Mai	26	5	26	5
June - Juin	26	4	26	4
July - Juillet	26	5	26	4
August - Août	26	4	25	5
September - Septembre	25	4	25	4
October - Octobre	25	5	26	5
November - Novembre	26	4	25	4
December - Décembre	26	3	26	4

Chart — 1

Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1980-1982

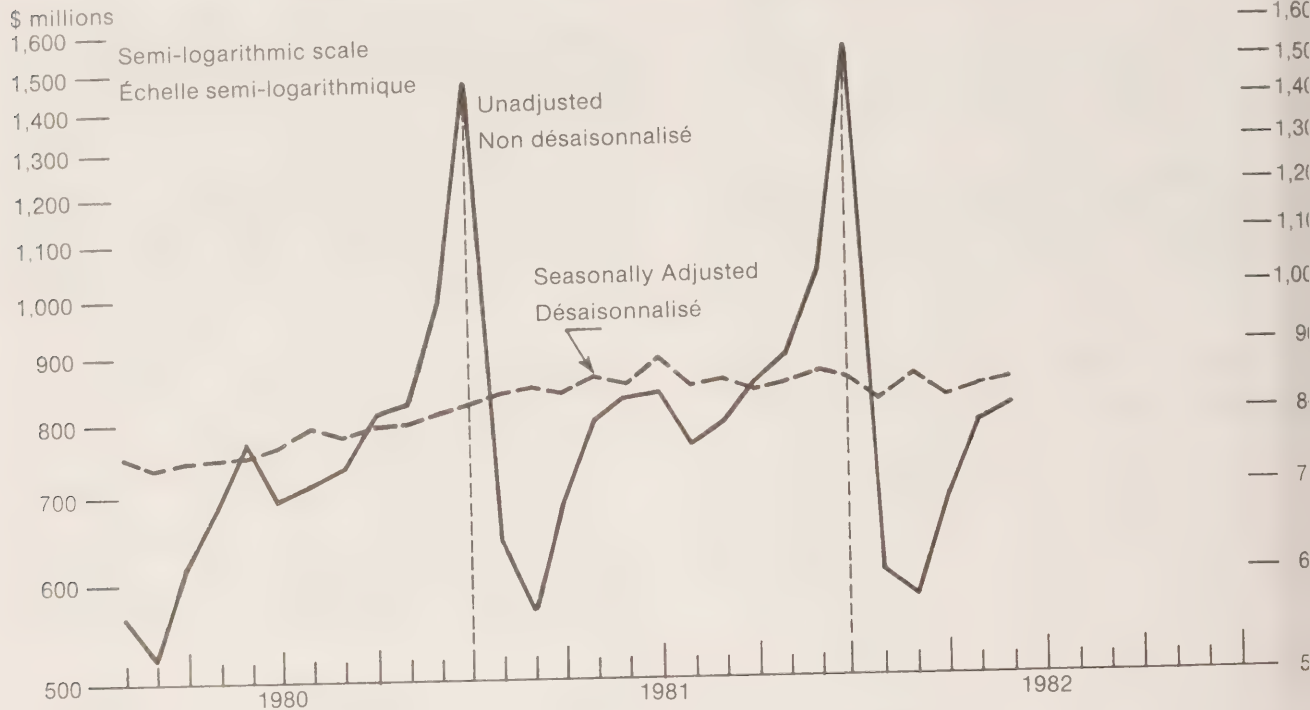


Chart — 2

Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1980-1982

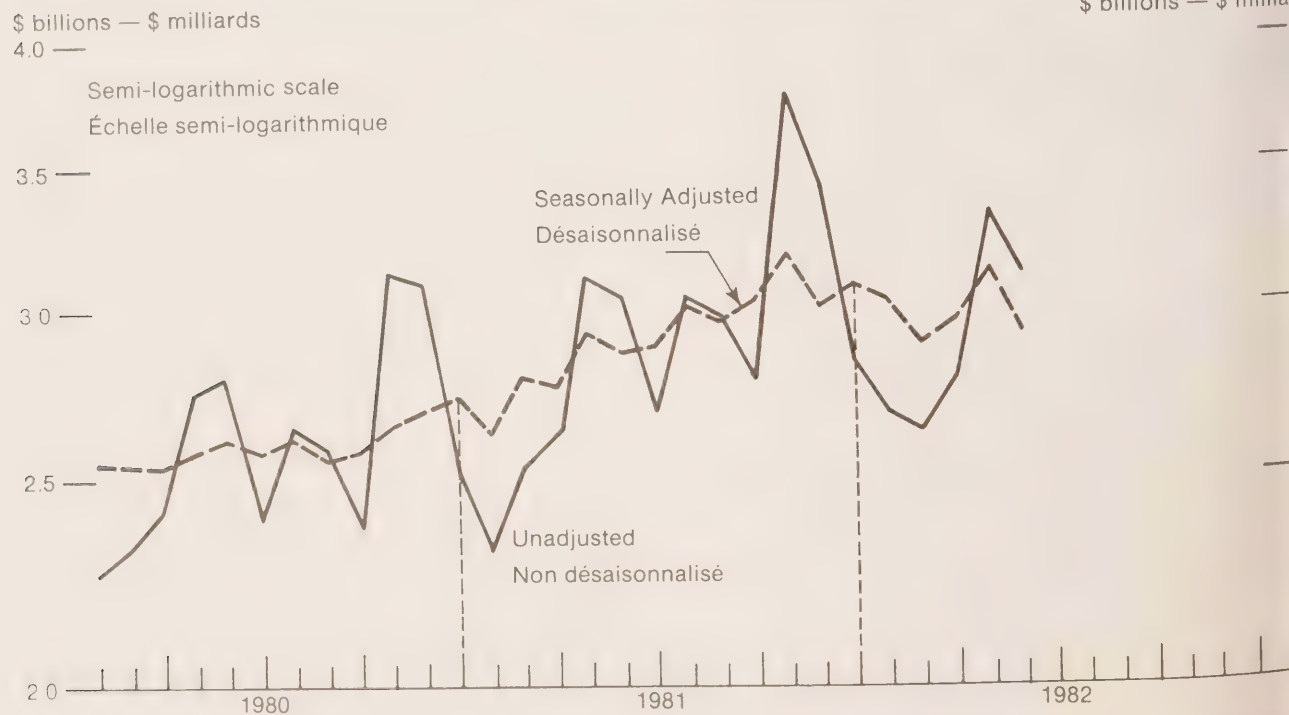


Chart — 3
 Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1980-1982
 Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1980-1982

Graphique — 3

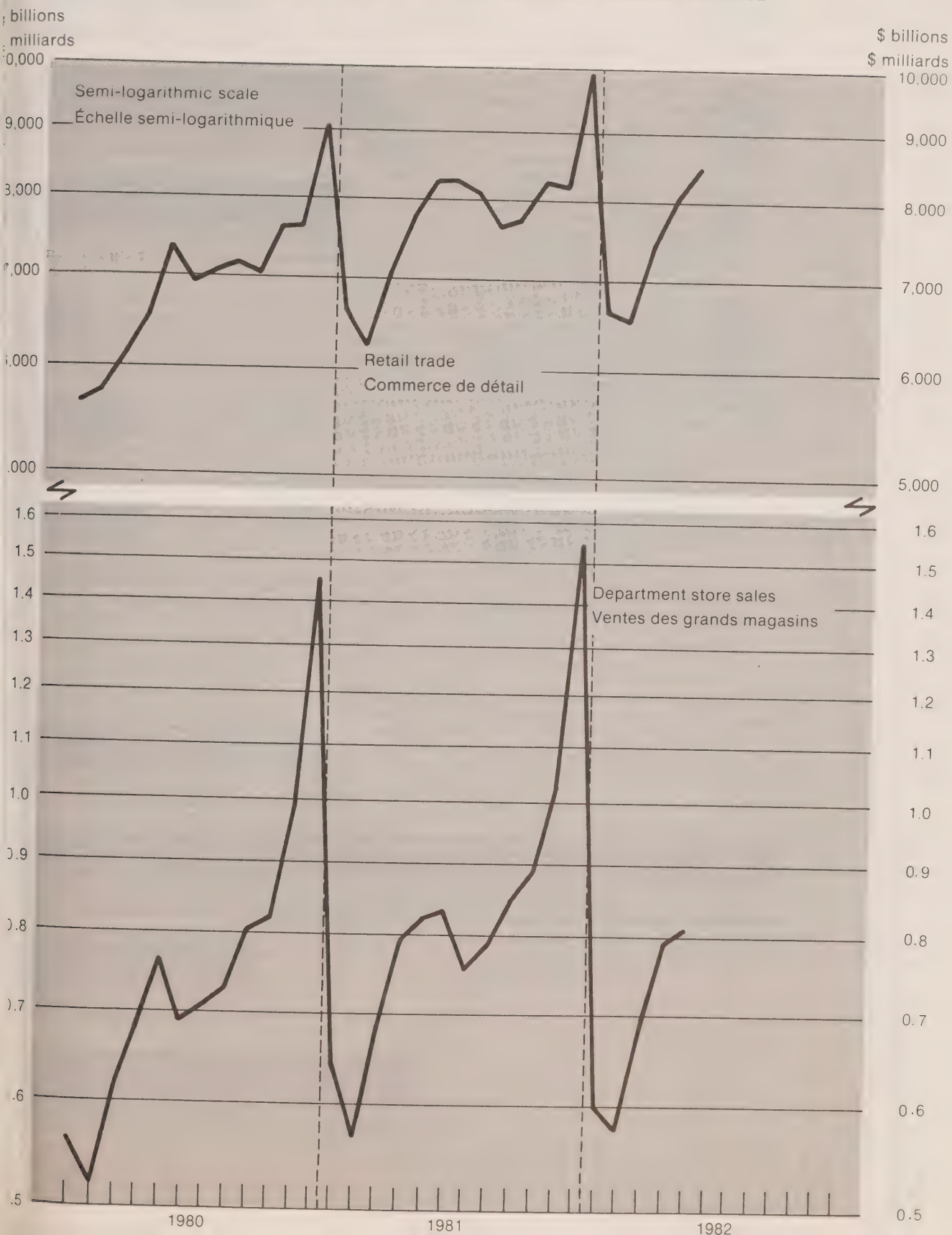
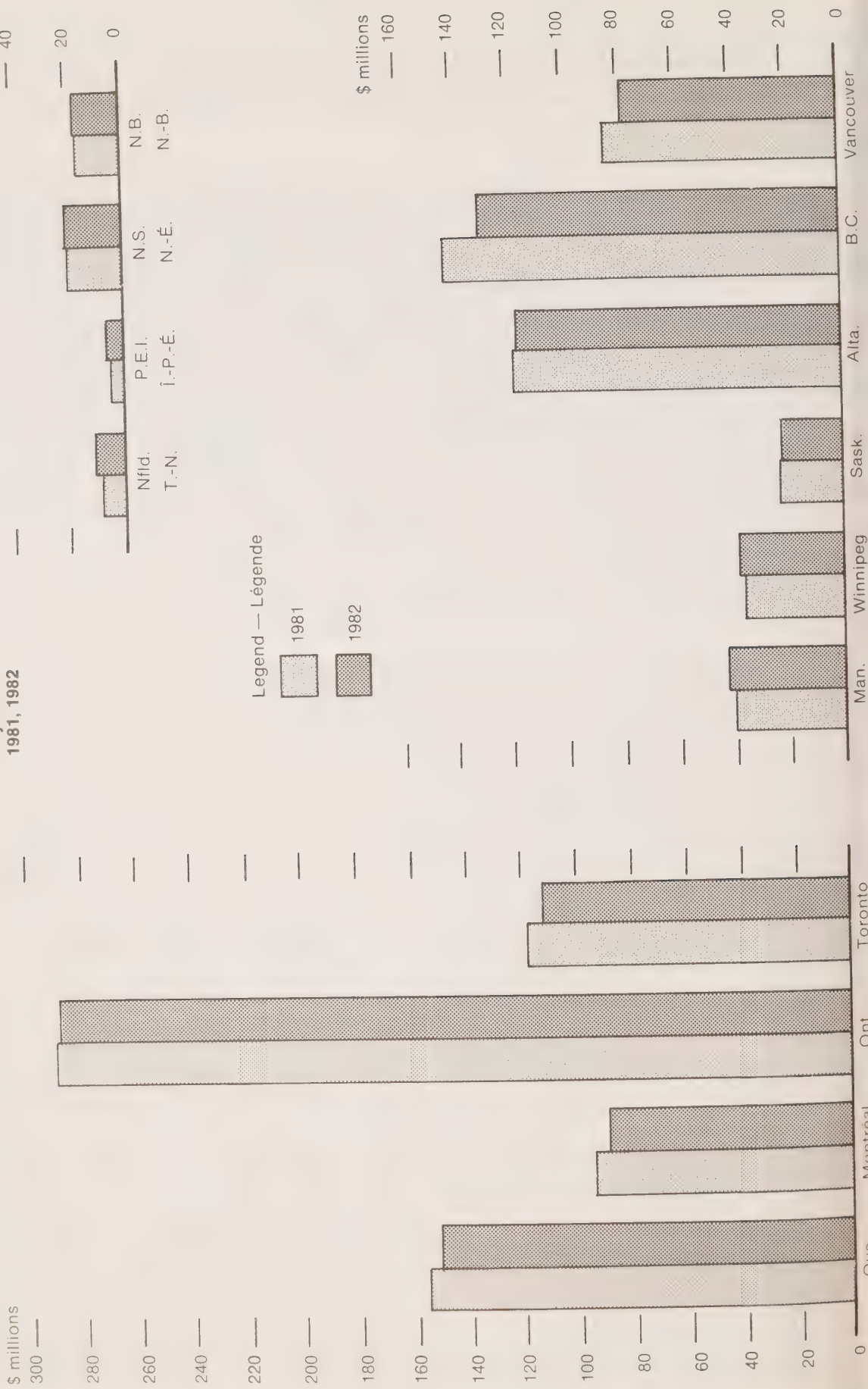


Chart — 4

Department Store Sales, Provincial Distribution
 Ventes des grands magasins, distribution provinciale



HIGHLIGHTS

In May 1982, Department Store Sales without seasonal adjustment were \$811.1 million, a 1.4% decrease over May, 1981. The largest sales increases were reported in repairs and services (+ 21.3%), and in plumbing, heating and building materials (+ 11.4%). The largest decreases were recorded in furs (- 41.8%), major appliances (- 24.1%) and in furniture (- 20.3%).

With the exception of the Atlantic provinces and Manitoba which registered increased sales over the previous year every other province showed decreases ranging from 7.7% in British Columbia to 0.3% in Ontario and Alberta. The four metropolitan areas recorded the following year to year changes: Montreal and Toronto (- 5.1%), Winnipeg (+ 6.8%) and Vancouver (- 8.2%).

Seasonally adjusted sales increased 0.9% from April to May 1982 to \$850.5 million with 19 of 40 departments showing an increase over the previous month.

Total sales of department stores for the first five months of 1982 were \$3,475.3 million, down 1.2% from the \$3,571.8 million recorded in the same period a year earlier.

The selling value of inventories, without seasonal adjustment, increased 2.6% from May 1981 to \$3,120.6 million. Seasonally adjusted inventories were \$2,931.0 million, down 6.4% from April, 1982.

There were 794 department store locations operating in Canada during the month of May 1982, two more than in April 1982 and an increase of 35 from May, 1981.

Total department store sales accounted for 9.5% of total retail trade in Canada, in May, 1982, down from 10.0% recorded in May, 1981.

POINTS SAILLANTS

Pour le mois de mai 1982 les ventes des grands magasins sans ajustement saisonnier ont diminué de 1.4% par rapport à mai 1981. Les accroissements des ventes les plus importants ont été rapportés dans le rayon des services et travaux de réparation (+ 21.3%), et de matériel de plomberie, chauffage et construction (+ 11.4%). Les baisses des ventes les plus significatives ont été mesurées dans le rayon des fourrures (- 41.8%), des gros appareils ménagers (- 24.1%) et des meubles (- 20.3%).

Toutes les provinces sauf celles de l'Atlantique et le Manitoba ont enregistré des diminutions de vente sur l'année précédente, ces baisses variant de 8.7% en Colombie-Britannique à 0.3% en Ontario et en Alberta. Les quatre régions métropolitaines ont obtenu les changements en pourcentage suivant par rapport à l'an passé: Montréal et Toronto (- 5.1%), Winnipeg (+ 6.8%) et Vancouver (- 8.2%).

Les ventes désaisonnalisées se sont accrues de 0.9% d'avril à mai 1982 en totalisant \$850.5 millions avec 19 des 40 rayons dont les ventes ont augmenté par rapport au mois précédent.

Le total des ventes des grands magasins pour les cinq premiers mois de 1982 ont atteint \$3,475.3 millions soit 1.2% de moins que les \$3,571.8 millions rapportés pour la même période un an plus tôt.

La valeur marchande des inventaires, sans ajustement saisonnier, a diminué 2.6% par rapport à mai 1981 avec \$3,120.6 millions. La valeur désaisonnalisée des inventaires c'est chiffrée à \$2,931.0 millions, soit 6.4% de moins qu'en avril 1982.

Pendant le mois de mai il y a eu 794 points de vente en opération, deux de plus qu'en avril 1982 et une augmentation de 35 par rapport à mai 1981.

Les ventes totales des grands magasins ont constitué 9.5% du total des ventes au détail au Canada en mai 1982, soit une baisse de 10.0% par rapport à mai 1981.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982

TABLE 1. Department Store Monthly Sales by Department		1982					1981		
Department		January	February	March	April	May	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	Juin	Juillet
No.		thousands of dollars							
		milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,164	10,515	13,752	17,504	20,909	21,305	18,920	16,176
2	Women's and misses' coats and suits	10,424	9,982	14,248	14,442	7,239	8,038	5,641	6,968
3	Women's and misses' sportswear	25,164	29,081	39,553	46,006	50,966	48,565	45,732	40,102
4	Furs	4,191	3,399	2,942	682	584	1,004	505	1,373
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	15,429	15,318	19,462	24,022	21,728	20,105	19,912	20,064
6	Girls' and teenage girls' wear	7,450	9,932	15,209	16,916	15,631	14,453	14,266	12,514
7	Lingerie and women's sleepwear	8,947	10,269	12,327	15,114	16,169	15,649	15,125	14,883
8	Intimate apparel	6,663	6,620	8,473	9,821	10,002	10,080	10,016	9,121
9	Millinery	1,362	892	912	1,164	973	889	861	880
10	Women's and girls' hosiery	7,532	6,687	8,687	10,305	9,269	8,801	7,813	6,326
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	8,098	7,850	10,661	12,799	12,467	12,908	11,946	10,100
12	Women's, misses' and children's footwear	12,965	11,946	19,399	24,904	24,820	23,659	21,787	17,647
13	Men's clothing	22,428	20,974	31,839	32,873	31,956	32,365	35,446	25,607
14	Men's furnishings	21,340	20,470	26,494	30,679	32,116	30,041	40,929	28,538
15	Boys' clothing and furnishings	6,041	6,080	9,159	12,078	10,692	9,899	9,065	8,615
16	Men's and boys' footwear	9,287	7,882	11,630	16,039	15,822	15,262	15,587	11,922
17	Food and kindred products	48,298	56,337	50,655	59,920	57,659	55,032	48,421	48,828
18	Toiletries, cosmetics and drugs	33,472	33,602	38,125	41,291	40,212	39,145	37,746	37,578
19	Photographic equipment and supplies	9,033	7,960	9,824	11,189	11,046	11,938	14,265	13,638
20	Piece goods	3,866	3,848	4,921	4,760	4,558	5,080	4,476	3,600
21	Linens and domestics	23,688	14,543	18,188	19,863	20,828	22,140	23,721	26,971
22	Smallwares and notions	8,695	7,079	7,396	7,753	6,309	6,611	6,649	7,182
23	China and glassware	7,319	7,485	9,533	10,004	10,802	11,273	11,150	10,887
24	Floor coverings	9,052	9,638	11,828	11,862	11,299	13,189	12,783	12,872
25	Draperies, curtains and furniture coverings	9,524	9,312	13,646	14,957	14,608	15,506	16,259	16,972
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,078	5,584	7,019	6,800	7,122	7,691	7,786	8,524
27	Furniture	37,565	31,181	35,745	36,630	40,456	50,772	62,374	47,539
28	Major appliances	35,255	27,544	31,403	31,730	32,420	42,711	56,733	45,413
29	Television, radio and music	27,745	23,480	29,072	28,213	25,000	26,041	26,238	29,586
30	Housewares and small electrical appliances	22,897	25,215	24,140	29,542	31,997	32,769	31,318	31,439
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	21,155	20,257	20,568	26,286	35,716	34,404	31,872	26,987
32	Plumbing, heating and building materials	6,267	6,404	7,385	10,670	12,885	11,568	10,613	9,805
33	Jewellery	9,668	11,294	15,407	16,885	17,963	20,026	19,008	16,523
34	Toys and games	6,915	7,822	9,712	14,068	11,793	11,198	11,544	12,997
35	Sporting goods and luggage	19,872	16,080	21,002	28,150	35,060	32,164	35,210	30,782
36	Stationery, books and magazines	17,447	18,133	18,481	20,175	19,630	19,991	19,964	18,478
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	16,159	12,756	15,203	18,161	17,787	17,922	17,772	18,152
38	Meals and lunches	18,314	18,418	20,083	19,573	19,027	20,716	20,420	20,346
39	Repairs and services	6,410	6,319	7,739	7,850	7,350	6,060	6,494	6,465
40	All other departments	19,900	19,718	22,625	30,048	38,249	35,911	29,567	25,343
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	600,079	577,906	694,447	791,728	811,119	822,881	835,934	757,743

TABIEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1981							Rayon	
August	September	October	November	December	May/ April 1982	May 1982/1981		
August	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mai/ avril 1982	Mai 1982/1981		
thousands of dollars					per cent			N°
milliers de dollars					pourcentage			
15,317	16,936	16,142	18,422	22,884	+ 19.5	- 1.9		
15,494	19,572	25,445	21,348	23,825	- 49.9	- 9.9	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
44,891	59,595	50,485	52,641	69,579	+ 10.8	+ 4.9	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
2,230	2,798	3,621	4,534	6,983	- 14.4	- 41.8	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
23,446	24,474	25,353	25,821	36,141	- 9.5	+ 8.1	Fourrures	4
							Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
22,716	18,164	16,397	17,935	25,080	- 7.6	+ 8.2	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
12,556	15,275	16,573	23,931	43,194	+ 7.0	+ 3.3	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
9,005	9,595	8,636	9,500	13,078	+ 1.8	- 0.8	Sous-vêtements	8
896	1,473	2,140	3,123	4,010	- 16.4	+ 9.4	Chapeaux	9
7,371	10,671	10,951	10,687	15,610	- 10.1	+ 5.3	Bas pour dames et fillettes	10
11,465	16,622	16,610	21,370	35,269	- 2.6	- 3.4	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
22,092	28,658	28,312	26,357	31,285	- 0.3	+ 4.9	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
31,640	41,066	42,075	50,138	68,653	- 2.8	- 1.3	Vêtements pour hommes	13
28,001	36,211	37,555	56,257	100,910	+ 4.7	+ 6.9	Articles d'habillement pour hommes	14
16,358	11,823	11,728	13,650	22,276	- 11.5	+ 8.0	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
14,047	17,229	17,180	17,883	23,428	- 1.4	+ 3.7	Chaussures pour hommes et garçons	16
55,663	47,841	55,883	66,405	76,484	- 3.8	+ 4.8	Produits alimentaires et connexes	17
37,900	39,387	42,986	50,464	100,618	- 2.6	+ 2.7	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
14,569	12,616	12,975	16,610	32,243	- 1.3	- 7.5	Appareils et fournitures photographiques	19
4,549	5,690	6,016	6,187	4,614	- 4.2	- 10.3	Tissus à la pièce	20
23,561	25,639	25,067	25,239	39,579	+ 4.9	- 5.9	Literie et linge de maison	21
7,461	10,315	10,730	10,040	12,613	- 18.6	- 4.6	Menus articles	22
9,777	11,956	11,195	18,302	36,117	+ 8.0	- 4.2	Porcelaine et verrerie	23
11,386	12,251	14,107	13,977	12,290	- 4.7	- 14.3	Revêtements de plancher	24
14,236	14,883	15,941	15,915	17,810	- 2.3	- 5.8	Tentures, rideaux et housses	25
8,016	8,705	9,260	13,027	20,351	+ 4.7	- 7.4	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
38,121	44,423	42,264	41,444	42,258	+ 10.4	- 20.3	Meubles	27
37,682	39,370	41,557	38,119	43,404	+ 2.2	- 24.1	Gros appareils ménagers	28
29,703	32,669	35,881	45,607	70,145	- 11.4	- 4.0	Télévision, radio et musique	29
30,838	29,300	34,345	42,506	75,242	+ 8.3	- 2.4	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
24,812	23,797	27,037	26,870	37,750	+ 35.9	+ 3.8	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
9,067	9,035	10,484	9,390	9,361	+ 20.8	+ 11.4	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
17,329	22,176	19,318	33,420	67,772	+ 6.4	- 10.3	Bijouterie	33
12,622	12,222	21,265	47,726	76,866	- 16.2	+ 5.3	Jouets et jeux	34
24,928	22,802	23,452	28,382	53,741	+ 24.5	+ 9.0	Articles de sport et valises	35
27,279	26,339	23,250	31,925	60,674	- 2.7	- 1.8	Papeterie, livres et revues	36
17,457	16,088	22,472	22,668	23,007	- 2.1	- 0.8	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
20,783	20,406	21,913	23,161	30,894	- 2.8	- 8.2	Repas et casse-croûtes	38
6,104	6,924	8,267	9,569	9,607	- 6.4	+ 21.3	Services et travaux de réparation	39
25,124	23,394	27,681	25,948	47,040	+ 27.3	+ 6.5	Tous autres rayons	40
786,492	848,390	892,549	1,036,498	1,542,685	+ 2.4	- 1.4	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982(1)

No.	Department	1982					1981	
		January	February	March	April	May	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	Juin
		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	14,163	15,946	15,838	15,911	16,231	16,221	16,455
2	Women's and misses' coats and suits	13,713	14,589	13,722	15,291	13,468	14,262	14,154
3	Women's and misses' sportswear	42,070	45,503	44,678	46,307	47,261	44,116	46,356
4	Furs	2,389	2,941	4,384	2,604	3,162	5,282	3,039
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	22,067	22,678	22,795	23,779	23,874	21,375	23,029
6	Girls' and teenage girls' wear	14,602	16,246	16,660	16,753	17,207	15,693	16,046
7	Lingerie and women's sleepwear	16,658	17,529	16,733	17,974	16,836	16,150	16,843
8	Intimate apparel	8,521	9,448	9,088	9,144	9,376	9,181	9,125
9	Millinery	1,664	1,607	1,584	1,583	1,522	1,345	1,429
10	Women's and girls' hosiery	9,274	9,193	9,425	9,661	9,500	8,931	9,109
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	13,903	13,671	13,835	14,717	13,925	14,166	14,640
12	Women's, misses' and children's footwear	21,301	21,664	21,554	22,704	23,783	22,246	22,415
13	Men's clothing	35,418	35,391	34,313	35,512	36,875	37,141	36,711
14	Men's furnishings	36,817	37,638	38,181	39,262	40,876	37,576	39,097
15	Boys' clothing and furnishings	11,118	11,247	10,789	12,301	12,447	11,388	11,234
16	Men's and boys' footwear	14,921	13,474	13,625	14,450	15,996	15,010	15,042
17	Food and kindred products	57,722	58,254	54,223	56,448	56,495	53,041	54,213
18	Toiletries, cosmetics and drugs	43,859	44,698	45,338	45,365	44,189	42,496	42,985
19	Photographic equipment and supplies	12,906	13,437	13,472	13,704	13,040	13,973	14,521
20	Piece goods	4,540	4,496	4,513	4,409	4,368	4,783	4,899
21	Linens and domestics	23,374	23,461	23,599	23,526	23,266	24,639	25,237
22	Smallwares and notions	8,137	8,370	8,061	8,302	8,122	8,378	8,671
23	China and glassware	11,040	12,597	13,004	12,887	12,285	12,730	13,503
24	Floor coverings	11,128	11,772	12,050	12,001	11,282	13,101	13,272
25	Draperies, curtains and furniture coverings	12,506	13,689	14,722	13,886	14,394	14,910	15,517
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8,332	8,446	8,456	7,763	8,664	9,452	9,708
27	Furniture	35,723	41,685	37,845	40,178	38,347	47,917	62,366
28	Major appliances	36,745	39,250	34,912	35,244	31,988	41,583	56,182
29	Television, radio and music	31,672	33,566	34,122	36,254	33,320	34,506	36,742
30	Housewares and small electrical appliances	33,891	35,473	31,982	34,347	33,158	33,806	34,887
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	29,427	30,240	25,797	24,649	29,510	27,829	24,065
32	Plumbing, heating and building materials	8,621	9,208	8,680	9,536	10,723	8,978	8,797
33	Jewellery	20,439	21,516	22,048	21,046	20,450	22,603	22,534
34	Toys and games	20,232	20,704	19,644	21,054	19,544	18,420	19,985
35	Sporting goods and luggage	27,541	28,343	29,584	27,496	30,811	28,393	28,287
36	Stationery, books and magazines	23,204	26,300	24,443	25,473	24,080	24,457	24,624
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	21,234	18,706	17,672	17,013	18,262	17,631	17,899
38	Meals and lunches	21,392	23,043	21,027	20,530	20,045	21,460	21,234
39	Repairs and services	7,458	8,046	8,330	8,579	7,923	6,372	6,492
40	All other departments	28,491	29,121	26,756	26,296	28,410	25,980	26,234
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	814,939	856,240	822,512	842,892	850,497	847,868	891,986

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1981 et 1982(1)

1981							Rayon	No
July	August	September	October	November	December	May/ April 1982		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mai/ avril 1982		
thousands of dollars								
milliers de dollars								
Change - Variation								
per cent								
pourcentage								
16,804	16,483	16,500	16,451	18,011	16,247	+ 2.0	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
14,736	14,773	14,888	15,387	14,482	14,861	- 11.9	formes pour dames et jeunes filles	
45,759	46,103	47,500	47,015	47,204	46,188	+ 2.1	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
2,764	2,360	2,608	2,958	2,618	3,012	+ 21.4	filles	
22,347	22,212	21,831	22,050	22,652	22,649	+ 0.4	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
							Fourrures	4
							Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
							de chambres d'enfants	
15,729	16,203	15,655	15,555	15,744	15,772	+ 2.7	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
16,673	16,778	16,868	17,074	17,562	16,980	- 6.3	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
8,986	9,281	9,162	9,363	9,907	9,318	+ 2.5	Sous-vêtements	8
1,391	1,474	1,593	1,494	1,582	1,622	- 3.9	Chapeaux	9
8,983	8,981	9,248	9,319	9,456	9,463	- 1.7	Bas pour dames et fillettes	10
14,543	15,201	15,647	15,444	14,769	14,421	- 5.4	Gants, moufles et articles de parure pour	11
23,308	22,490	22,486	22,325	22,310	22,793	+ 4.8	dames et fillettes	
36,221	37,741	37,343	36,231	36,586	36,127	+ 3.8	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
37,697	38,125	39,109	38,334	38,239	37,597	+ 4.1	enfants	
11,183	11,463	11,321	11,060	11,574	11,623	+ 1.2	Vêtements pour hommes	13
							Articles d'habillement pour hommes	14
							Vêtements et articles d'habillement pour	15
							garçons	
14,325	15,435	15,104	15,010	15,293	14,691	+ 10.7	Chaussures pour hommes et garçons	16
54,427	55,728	54,805	56,008	58,608	55,417	+ 0.1	Produits alimentaires et connexes	17
42,816	43,629	44,527	44,308	45,253	45,403	- 2.6	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
13,524	14,639	13,981	14,279	14,757	13,570	- 4.8	caments	
4,772	4,962	4,922	4,927	5,461	4,779	- 0.9	Appareils et fournitures photographiques	19
							Tissus à la pièce	20
24,538	24,306	23,229	24,028	23,785	24,195	- 1.1	Literie et linge de maison	21
8,591	8,821	8,870	9,146	8,634	8,409	- 2.2	Menus articles	22
13,128	12,413	12,688	13,012	13,302	13,203	- 4.7	Porcelaine et verrerie	23
12,718	12,320	11,762	11,513	11,714	11,844	- 6.0	Revêtements de plancher	24
15,331	15,056	14,221	14,297	14,748	15,093	+ 3.7	Tentures, rideaux et housses	25
9,764	9,264	9,023	9,191	9,561	9,227	+ 11.6	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
39,746	38,076	41,864	41,131	41,434	42,581	- 4.6	d'ameublement pour la maison	
37,315	36,616	35,701	38,662	38,521	39,495	- 9.2	Meubles	27
34,453	33,152	29,713	33,400	35,337	33,219	- 8.1	Gros appareils ménagers	28
32,603	33,939	32,045	36,572	35,479	34,190	- 3.5	Télévision, radio et musique	29
							Articles de ménage et petits appareils élec-	30
							triques	
27,708	27,133	24,926	24,176	26,263	26,943	+ 19.7	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
8,789	9,785	8,816	9,412	9,655	9,496	+ 12.4	etc.	
22,019	22,676	23,086	22,738	24,391	22,034	- 2.8	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
20,041	21,092	20,683	20,450	21,067	20,522	- 7.2	truction	
28,000	28,756	28,118	27,663	27,072	27,918	+ 12.1	Bijouterie	33
							Jouets et jeux	34
							Articles de sport et valises	35
24,543	25,556	25,212	25,706	25,325	26,059	- 5.5	Papeterie, livres et revues	36
18,017	19,160	17,841	18,370	18,508	16,870	+ 7.3	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
20,811	20,864	21,221	21,118	21,225	21,341	- 2.4	réparation et fournitures	
7,103	6,934	6,989	7,168	7,306	7,251	- 7.6	Repas et casse-croûtes	38
26,485	27,621	28,528	28,812	28,477	29,675	+ 8.0	Services et travaux de réparation	39
							Tous autres rayons	40
842,770	848,742	839,130	845,669	866,384	851,917	+ 0.9	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 3. Department Store Monthly Sales, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

Province and selected metropolitan area	1982					1981		
	January	February	March	April	May	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	Juin	Juillet
	thousands of dollars							
No.	milliers de dollars							
1 Newfoundland	5,603	5,825	7,660	9,298	10,060	9,320	9,712	8,718
2 Prince Edward Island	3,311	2,956	3,744	4,285	4,446	4,316	4,973	5,306
3 Nova Scotia	12,967	13,146	16,382	20,455	20,369	19,956	20,309	18,841
4 New Brunswick	10,210	10,191	13,040	16,625	17,813	16,220	16,612	14,786
5 Quebec	106,158	98,370	118,529	145,086	151,798	155,061	145,497	136,094
6 Ontario	209,112	204,722	241,668	275,573	289,219	290,044	307,791	258,624
7 Manitoba	28,921	29,484	37,860	43,247	43,038	40,472	40,104	39,781
8 Saskatchewan	15,630	15,984	19,564	22,876	23,277	23,703	22,475	21,182
9 Alberta	94,682	89,528	107,825	118,352	117,905	118,234	121,475	113,759
10 British Columbia	111,571	105,658	125,556	133,329	130,256	142,628	143,632	137,567
11 Yukon and Northwest Territories	1,913	2,042	2,620	2,602	2,938	2,928	3,355	3,086
12 CANADA	600,079	577,906	694,447	791,728	811,119	822,881	835,934	757,743
13 Montréal	65,774	60,945	72,444	89,467	89,527	94,310	87,708	82,737
14 Toronto	87,801	86,224	99,286	109,794	112,200	118,197	126,725	104,611
15 Winnipeg	26,332	26,800	34,351	39,272	38,966	36,502	35,752	35,830
16 Vancouver	68,830	64,243	76,470	79,239	78,330	85,943	86,143	81,407

TABLE 4. Number of Department Store Locations, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

Province and selected metropolitan area	1982					1981		
	January	February	March	April	May	May	June	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	Juin	Juin
No.	number - nombre							
1 Newfoundland	15	14	14	14	14	15	15	15
2 Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7	7	7
3 Nova Scotia	30	30	30	30	30	30	30	30
4 New Brunswick	27	26	26	26	26	26	26	26
5 Quebec	163	163	164	164	164	162	160	160
6 Ontario	294	294	296	297	297	286	286	286
7 Manitoba	37	37	38	38	38	37	37	37
8 Saskatchewan	26	26	26	27	28	26	26	26
9 Alberta	82	82	82	82	82	67	66	66
10 British Columbia	99	98	98	100	101	96	96	96
11 Yukon and Northwest Territories	7	7	7	7	7	7	7	7
12 CANADA	787	784	788	792	794	759	759	759
13 Montréal	80	80	80	80	80	80	80	80
14 Toronto	86	86	87	88	88	84	84	84
15 Winnipeg	29	29	30	30	30	29	29	29
16 Vancouver	40	39	39	39	39	40	40	40

TABLE 5. Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982
January-May

TABLEAU 5. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982
Janvier-mai

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1982/1981
		1981 ^r	1982	Variation 1982/1981
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	73,744	70,844	- 3.9
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	59,758	56,335	- 5.7
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sport pour dames et jeunes filles	188,258	190,770	+ 1.3
4	Furs - Fourrures	10,576	11,798	+ 11.6
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	90,177	95,959	+ 6.4
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	63,418	65,138	+ 2.7
7	Lingerie and women's sleeperwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	60,326	62,826	+ 4.1
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	42,118	41,579	- 1.3
9	Millinery - Chapeaux	4,717	5,303	+ 12.4
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	40,708	42,480	+ 4.4
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	53,701	51,875	- 3.4
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	96,649	94,034	- 2.7
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	143,999	140,070	- 2.7
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	126,317	131,099	+ 3.8
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillem- ent pour garçons	42,732	44,050	+ 3.1
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	62,675	60,660	- 3.2
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	258,753	272,869	+ 5.5
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	174,838	186,702	+ 6.8
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	50,323	49,052	- 2.5
20	Piece goods - Tissus à la pièce	25,811	21,953	- 14.9
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	99,772	97,110	- 2.7
22	Smallwares and notions - Menus articles	39,226	37,232	- 5.1
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	46,881	45,143	- 3.7
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	60,832	53,679	- 11.8
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	65,079	62,047	- 4.7
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	36,777	32,603	- 11.3
27	Furniture - Meubles	223,488	181,577	- 18.8
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	189,327	158,352	- 16.4
29	Television, radio and music - Télévision, radio et musique	132,080	133,510	+ 1.1
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	132,152	133,791	+ 1.2
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	122,646	123,982	+ 1.1
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	42,960	43,611	+ 1.5
33	Jewellery - Bijouterie	74,242	71,217	- 4.1
34	Toys and games - Jouets et jeux	48,541	50,310	+ 3.6
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	118,211	120,164	+ 1.7
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	91,826	93,866	+ 2.2
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	75,396	80,066	+ 6.2
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	93,740	95,415	+ 1.8
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	28,390	35,668	+ 25.6
40	All other departments - Tous autres rayons	126,618	130,540	+ 3.1
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	3,517,782	3,475,279	- 1.2

TABLE 6. Department Store Cumulative Sales, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982
January-May

TABLEAU 6. Ventes cumulatives des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines,
1981 et 1982
Janvier-mai

Province and selected metropolitan area Province et certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981 ^r	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	38,206	38,446	+ 0.6
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	18,371	18,742	+ 2.0
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	80,174	83,319	+ 3.9
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	66,579	67,879	+ 2.0
Québec	636,393	619,941	- 2.6
Ontario	1,221,361	1,220,294	- 0.1
Manitoba	177,416	182,550	+ 2.9
Saskatchewan	101,815	97,331	- 4.4
Alberta	517,028	528,292	+ 2.2
British Columbia - Colombie-Britannique	648,713	606,370	- 6.5
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11,729	12,115	+ 3.3
CANADA	3,517,782	3,475,279	- 1.2
Montréal	392,200	378,157	- 3.6
Toronto	504,010	495,305	- 1.7
Winnipeg	160,608	165,721	+ 3.1
Vancouver	399,715	367,112	- 8.2

TABLE 7. Department Store Monthly Sales as a Percentage of Total Retail Trade, by Province, 1981 and
1982
May

TABLEAU 7. Proportions procentuelles mensuelles des grands magasins en relation au total du commerce
de détail, par province, 1981 et 1982
Mai

Province	1981 ^r	1982
	per cent - pourcentage	
Newfoundland - Terre-Neuve	6.4	6.8
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	12.2	12.6
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	7.9	7.9
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	7.7	8.5
Québec	7.6	7.2
Ontario	9.8	9.3
Manitoba	13.4	13.0
Saskatchewan	7.2	6.8
Alberta	12.6	12.5
British Columbia - Colombie-Britannique	13.8	13.3
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	12.1	11.4
CANADA	10.0	9.5

TABLE 8. Department Store Monthly Stocks,(1) by Department, Canada, 1981 and 1982

Department	1982					1981		
	January	February	March	April	May	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars							
	milliers de dollars							
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	45,563	46,324	49,956	61,422	53,996	49,413	38,589	42,137
2 Women's and misses' coats and suits	28,018	36,932	37,386	35,287	31,781	30,745	30,899	63,446
3 Women's and misses' sportswear	98,814	104,198	120,456	146,437	139,327	122,381	101,823	113,346
4 Furs	18,433	17,186	16,269	16,249	16,249	19,695	18,899	18,902
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	61,548	60,033	60,661	80,996	70,348	70,683	63,773	89,974
6 Girls' and teenage girls' wear	35,182	39,073	44,171	54,035	49,388	46,640	38,437	57,438
7 Lingerie and women's sleepwear	40,036	40,592	45,160	53,303	51,133	48,072	41,168	43,564
8 Intimate apparel	32,235	28,340	29,431	33,805	32,265	33,644	28,072	31,142
9 Millinery	1,705	1,194	1,029	1,228	1,319	1,594	1,048	1,200
10 Women's and girls' hosiery	20,962	21,453	24,788	28,088	28,136	26,709	22,706	24,402
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	34,682	38,123	41,945	49,058	45,061	52,679	44,257	48,097
12 Women's, misses' and children's footwear	87,084	94,059	109,852	127,461	115,719	99,553	91,070	94,488
13 Men's clothing	121,023	144,954	153,997	188,986	165,246	166,261	136,527	164,103
14 Men's furnishings	115,358	119,780	128,539	156,904	149,582	142,967	122,672	139,331
15 Boys' clothing and furnishings	35,239	37,910	37,033	43,855	38,244	37,542	36,366	57,773
16 Men's and boys' footwear	67,699	68,641	76,775	89,539	88,004	85,762	77,005	83,145
17 Food and kindred products	38,730	32,819	35,302	35,516	33,314	32,501	34,240	32,756
18 Toiletries, cosmetics and drugs	168,715	136,298	145,774	176,578	171,034	144,414	131,644	143,364
19 Photographic equipment and supplies	54,039	47,485	45,858	62,039	57,622	54,318	44,789	53,225
20 Piece goods	26,758	27,466	31,482	32,886	31,183	30,595	28,897	30,163
21 Linens and domestics	105,895	104,167	108,155	118,515	114,625	116,929	108,185	111,078
22 Smallwares and notions	35,714	32,999	34,159	43,815	43,739	44,065	42,666	45,703
23 China and glassware	79,696	84,356	87,916	89,585	94,417	87,774	82,803	84,634
24 Floor coverings	59,308	53,602	56,326	65,293	61,679	61,163	61,476	65,529
25 Draperies, curtains and furniture coverings	74,144	67,185	66,471	74,758	67,791	71,402	64,087	71,954
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	44,908	43,607	45,553	55,147	51,384	53,948	46,884	50,140
27 Furniture	203,525	197,657	199,513	228,763	213,091	219,639	192,493	212,791
28 Major appliances	67,844	57,690	57,243	65,702	61,359	70,962	60,446	72,251
29 Television, radio and music	119,077	113,348	121,728	143,899	135,821	121,544	115,867	118,261
30 Housewares and small electrical appliances	128,912	117,029	123,454	150,298	142,848	145,790	132,266	138,204
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	109,649	96,519	116,389	150,983	140,726	141,819	121,033	151,841
32 Plumbing, heating and building materials	33,209	31,260	31,762	43,256	34,229	33,349	28,448	33,300
33 Jewellery	112,886	113,175	119,253	133,470	128,962	116,950	104,228	113,720
34 Toys and games	73,582	67,604	69,487	88,032	75,209	70,437	62,883	70,140
35 Sporting goods and luggage	106,210	109,124	120,993	159,494	151,440	155,299	132,315	135,540
36 Stationery, books and magazines	85,895	77,322	78,563	93,255	96,064	89,696	87,607	97,990
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	45,833	44,780	41,673	55,367	51,576	51,077	38,558	47,950
38 Meals and lunches	1,490	959	799	797	741	2,153	2,106	1,330
39 Repairs and services	5,313	4,271	4,298	5,961	5,070	5,700	4,750	6,560
40 All other departments	60,107	58,607	64,393	84,704	80,703	84,531	71,970	77,750
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,685,020	2,618,121	2,783,992	3,324,766	3,120,611	3,040,395	2,694,152	3,038,710

(1) At selling value.

TABLEAU 6. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1981							Rayon	N°
August	September	October	November	December	May/ April 1982	May 1982/1981		
Change - Variation								
August	September	October	November	December	May/ April 1982	May 1982/1981	Rayon	
milliers de dollars								
per cent								
pourcentage								
40,505	42,691	61,182	53,746	45,831	- 12.1	+ 9.3	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
62,840	65,741	74,809	60,150	35,304	- 9.9	+ 3.4	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
115,724	112,960	145,499	137,605	98,255	- 4.9	+ 13.8	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
20,839	23,072	26,692	25,164	21,783	+ 1.1	- 16.6	Fourrures	4
76,715	68,559	96,132	77,985	67,443	- 13.1	- 0.5	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
52,219	45,414	58,640	47,906	34,701	- 8.6	+ 5.9	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
44,197	43,945	66,918	68,621	40,855	- 4.1	+ 6.4	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
30,697	26,044	38,582	37,252	31,897	- 4.6	- 4.1	Sous-vêtements	8
1,035	1,372	2,302	3,278	3,027	+ 7.4	- 17.3	Chapeaux	9
26,819	21,432	26,808	26,604	20,860	+ 0.2	+ 5.3	Bas pour dames et fillettes	10
46,955	41,520	62,417	58,659	37,112	- 8.1	- 14.5	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
93,112	85,055	107,164	97,725	94,195	- 9.2	+ 16.2	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
194,816	161,877	217,065	199,866	166,447	- 12.6	- 0.6	Vêtements pour hommes	13
143,484	142,050	189,713	168,170	107,165	- 4.7	+ 4.6	Articles d'habillement pour hommes	14
41,163	40,975	58,443	46,414	34,246	- 12.8	+ 1.9	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
80,908	71,868	97,593	86,002	76,019	- 1.7	+ 2.6	Chaussures pour hommes et garçons	16
25,917	26,965	37,527	41,887	25,657	- 6.2	+ 2.5	Produits alimentaires et connexes	17
135,627	135,837	207,606	208,185	151,994	- 3.1	+ 18.4	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
53,831	48,302	73,471	60,613	44,962	- 7.1	+ 6.1	Appareils et fournitures photographiques	19
29,533	26,989	33,103	31,952	30,923	- 5.2	+ 1.9	Tissus à la pièce	20
105,339	94,325	130,265	129,646	119,640	- 3.3	- 2.0	Literie et linge de maison	21
42,259	38,554	44,062	38,944	42,553	- 0.2	- 0.7	Menus articles	22
85,099	80,387	97,388	98,820	106,239	+ 5.4	+ 7.6	Porcelaine et verrerie	23
63,686	54,111	65,319	59,510	66,289	- 5.5	+ 0.8	Revêtements de plancher	24
68,332	61,324	80,445	76,572	76,095	- 9.3	- 5.1	Tentures, rideaux et housses	25
52,219	46,732	62,781	56,350	43,282	- 6.8	- 4.8	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
207,412	188,708	242,562	214,334	237,373	- 6.9	- 3.0	Meubles	27
69,592	63,851	86,627	85,708	81,194	- 6.6	- 13.5	Gros appareils ménagers	28
116,717	110,165	154,115	149,488	128,437	- 5.6	+ 11.7	Télévision, radio et musique	29
136,469	129,367	166,700	166,421	125,107	- 5.0	- 2.0	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
146,709	119,215	172,110	142,527	123,138	- 6.8	- 0.8	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
31,853	27,256	36,505	32,824	34,101	- 20.9	+ 2.6	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
112,761	102,865	144,247	140,658	108,515	- 3.4	+ 10.3	Bijouterie	33
86,882	96,378	141,697	112,172	55,096	- 14.6	+ 6.8	Jouets et jeux	34
124,985	129,106	188,390	152,274	123,644	- 5.0	- 2.5	Articles de sport et valises	35
89,680	86,411	115,662	100,573	74,564	+ 3.1	+ 7.1	Papeterie, livres et revues	36
48,434	41,012	62,225	55,509	47,423	- 6.8	+ 1.0	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
1,150	1,314	1,524	1,386	1,341	- 1.1	- 65.6	Repas et casse-croûtes	38
5,850	5,572	6,800	5,825	4,462	- 14.9	- 11.1	Services et travaux de réparation	39
74,219	67,876	90,234	80,260	77,034	- 4.7	- 4.5	Tous autres rayons	40
12,986,583	2,777,197	3,771,324	3,437,585	2,844,203	- 6.1	+ 2.6	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 9. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982(1)

TABLE 9. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department		1982					1981	
		January	February	March	April	May	May	June
Department		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	Juin
No.		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	50,757	46,815	46,740	51,023	48,544	44,451	45,091
2	Women's and misses' coats and suits	39,366	43,467	43,721	44,980	47,470	45,722	45,122
3	Women's and misses' sportswear	119,224	112,137	116,281	123,492	121,672	106,895	109,239
4	Furs	18,866	19,567	20,677	18,994	18,939	22,753	22,965
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	73,823	69,843	68,204	74,084	68,239	68,535	70,564
6	Girls' and teenage girls' wear	47,493	44,100	46,861	49,419	45,844	43,316	42,760
7	Lingerie and women's sleepwear	51,292	48,741	47,738	47,605	46,573	43,748	45,593
8	Intimate apparel	31,930	29,542	31,003	33,328	30,081	31,383	30,663
9	Millinery
10	Women's and girls' hosiery	23,207	23,237	25,486	26,077	25,846	24,528	24,257
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	40,955	42,013	44,195	45,593	43,449	50,775	50,681
12	Women's, misses' and children's footwear	106,011	103,471	107,973	113,027	107,516	92,526	94,135
13	Men's clothing	158,767	157,506	164,036	186,450	162,356	163,479	166,078
14	Men's furnishings	137,525	135,833	138,587	145,605	137,483	131,272	137,912
15	Boys' clothing and furnishings	40,752	39,215	41,902	42,949	39,937	39,096	40,711
16	Men's and boys' footwear	83,509	80,746	76,530	79,946	78,240	76,358	81,311
17	Food and kindred products
18	Toiletries, cosmetics and drugs	167,305	160,371	160,668	166,929	163,497	137,796	142,088
19	Photographic equipment and supplies	54,544	53,116	53,348	60,414	55,204	52,046	51,766
20	Piece goods	29,644	27,755	31,347	30,804	29,915	29,234	29,888
21	Linens and domestics	116,706	106,351	110,531	108,055	101,889	103,880	105,311
22	Smallwares and notions	40,307	38,107	37,158	40,197	38,263	38,481	39,922
23	China and glassware	89,870	94,516	92,974	88,018	90,093	83,684	86,522
24	Floor coverings	59,724	56,610	58,765	63,688	59,017	58,488	59,656
25	Draperies, curtains and furniture coverings	77,555	67,538	67,834	69,516	62,251	65,601	65,922
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	51,070	48,428	47,501	54,225	46,468	48,876	46,922
27	Furniture	215,180	204,819	198,303	207,044	191,957	197,818	188,344
28	Major appliances	68,637	55,197	55,147	60,818	58,796	67,784	63,311
29	Television, radio and music	126,026	124,398	124,785	134,901	130,723	116,652	119,666
30	Housewares and small electrical appliances	141,033	129,060	126,257	136,834	131,839	134,450	134,311
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	125,575	121,003	123,094	124,390	120,943	109,578	111,578
34	Toys and games	86,589	84,958	84,813	92,074	82,367	77,089	78,089
35	Sporting goods and luggage	142,735	131,218	128,880	139,381	129,902	133,113	136,711
36	Stationery, books and magazines	96,445	92,222	90,333	93,022	89,487	83,534	91,534
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies
38	Meals and lunches
39	Repairs and services
40	All other departments
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,027,526	2,882,407	2,920,680	3,131,549	2,930,977	2,853,276	2,878,311

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 9. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1981 et 1982(1)

1981						Change - Variation		Rayon	N°
July	August	September	October	November	December	May April 1982			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mai/ avril 1982			
thousands of dollars						per cent			
milliers de dollars						pourcentage			
45,963	45,989	50,600	51,973	46,503	50,872	- 4.9			
50,113	47,435	49,165	49,355	49,261	45,778	+ 5.5		Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
111,616	116,267	130,095	128,983	120,449	123,659	- 1.5		Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
20,202	18,928	19,971	20,328	20,307	20,306	- 0.3		Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
73,498	72,409	72,036	81,334	72,070	75,708	- 7.9		Fourrures	4
								Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
46,821	47,357	46,111	49,117	42,156	48,296	- 7.2		Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
46,409	43,863	47,608	50,279	51,021	52,869	- 2.2		Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
31,982	30,754	31,189	35,655	31,443	31,691	- 9.7		Sous-vêtements	8
...		Chapeaux	9
23,889	23,803	23,071	24,651	24,685	24,276	- 0.9		Bas pour dames et fillettes	10
50,830	48,668	46,329	47,180	43,428	44,596	- 4.7		Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
89,546	84,877	91,358	96,994	98,696	104,415	- 4.9		Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
170,347	167,552	162,867	169,902	164,356	182,672	- 12.9		Vêtements pour hommes	13
139,291	140,156	144,097	143,217	139,081	142,257	- 5.6		Articles d'habillement pour hommes	14
47,044	41,711	41,910	44,831	41,743	42,491	- 7.0		Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
81,648	77,492	77,661	80,448	80,721	86,616	- 2.1		Chaussures pour hommes et garçons	16
...		Produits alimentaires et connexes	17
148,343	151,997	156,583	164,902	156,981	170,279	- 2.1		Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
55,017	57,837	55,944	54,665	45,784	50,738	- 8.6		Appareils et fournitures photographiques	19
29,858	28,695	29,747	30,614	31,560	31,435	- 2.9		Tissus à la pièce	20
113,966	112,562	114,802	122,740	119,085	119,674	- 5.7		Literie et linge de maison	21
41,356	41,134	42,996	42,932	40,712	42,018	- 4.8		Menus articles	22
85,588	85,576	88,187	88,090	83,857	98,775	+ 2.4		Porcelaine et verrerie	23
64,486	62,452	61,873	63,167	61,805	60,813	- 7.3		Revêtements de plancher	24
70,956	70,403	71,690	76,068	75,653	74,402	- 10.5		Tentures, rideaux et housses	25
48,930	50,171	50,956	52,200	50,213	52,304	- 14.3		Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
214,883	220,196	227,870	245,666	215,288	215,321	- 7.3		Meubles	27
76,179	78,624	79,950	84,384	78,837	74,152	- 3.3		Gros appareils ménagers	28
125,079	123,799	127,669	139,121	125,530	123,524	- 3.1		Télévision, radio et musique	29
139,208	139,564	142,749	147,172	144,400	143,958	- 3.7		Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
...		Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
...		Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
119,020	115,822	118,571	122,275	112,920	120,085	- 2.8		Bijouterie	33
81,017	81,228	76,824	80,171	83,204	99,195	- 10.5		Jouets et jeux	34
138,106	128,790	133,496	144,608	134,781	144,593	- 6.8		Articles de sport et valises	35
92,794	84,377	89,861	92,355	81,279	93,742	- 3.8		Papeterie, livres et revues	36
...		Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
...		Repas et casse-croûtes	38
...		Services et travaux de réparation	39
...		Tous autres rayons	40
3,003,478	2,971,521	3,013,193	3,187,136	3,004,193	3,083,503	- 6.4		TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 10. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982

No.	Department	1982				1981	
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5.58	4.41	3.63	3.51	2.58	2.04
2	Women's and misses' coats and suits	2.69	3.70	2.62	2.44	4.39	5.48
3	Women's and misses' sportswear	3.93	3.58	3.05	3.18	2.73	2.23
4	Furs	4.40	5.06	5.53	23.82	28.14	37.42
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.99	3.92	3.12	3.37	3.24	3.20
6	Girls' and teenage girls' wear	4.72	3.93	2.90	3.19	3.16	2.69
7	Lingerie and women's sleepwear	4.47	3.95	3.66	3.53	3.16	2.72
8	Intimate apparel	4.84	4.28	3.47	3.44	3.23	2.80
9	Millinery	1.25	1.34	1.13	1.06	1.36	1.22
10	Women's and girls' hosiery	2.78	3.21	2.85	2.73	3.04	2.91
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.28	4.86	3.93	3.83	3.61	3.70
12	Women's, misses' and children's footwear	6.72	7.87	5.66	5.12	4.66	4.18
13	Men's clothing	5.40	6.91	4.84	5.75	5.17	3.85
14	Men's furnishings	5.41	5.85	4.85	5.11	4.66	3.00
15	Boys' clothing and furnishings	5.83	6.24	4.04	3.63	3.58	4.01
16	Men's and boys' footwear	7.29	8.71	6.60	5.58	5.56	4.94
17	Food and kindred products	0.80	0.58	0.70	0.59	0.58	0.71
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.04	4.06	3.82	4.28	4.25	3.49
19	Photographic equipment and supplies	5.98	5.97	4.67	5.54	5.22	3.14
20	Piece goods	6.92	7.14	6.40	6.91	6.84	6.46
21	Linens and domestics	4.47	7.16	5.95	5.97	5.50	4.56
22	Smallwares and notions	4.11	4.66	4.62	5.65	6.93	6.42
23	China and glassware	10.89	11.27	9.22	8.95	8.74	7.43
24	Floor coverings	6.55	5.56	4.76	5.50	5.46	4.81
25	Draperies, curtains and furniture coverings	7.78	7.21	4.87	5.00	4.64	3.94
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7.39	7.81	6.47	8.11	7.21	6.02
27	Furniture	5.42	6.34	5.58	6.25	5.27	3.09
28	Major appliances	1.92	2.09	1.82	2.07	1.89	1.07
29	Television, radio and music	4.29	4.83	4.19	5.10	5.43	4.42
30	Housewares and small electrical appliances	5.63	4.64	5.11	5.09	4.46	4.22
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	5.18	4.76	5.66	5.74	3.94	3.80
32	Plumbing, heating and building materials	5.30	4.88	4.30	4.05	2.66	2.68
33	Jewellery	11.68	10.02	7.74	7.90	7.18	5.48
34	Toys and games	10.64	8.64	7.15	6.26	6.38	5.45
35	Sporting goods and luggage	5.34	6.79	5.76	5.67	4.32	3.76
36	Stationery, books and magazines	4.92	4.26	4.25	4.62	4.89	4.39
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	2.84	3.51	2.74	3.05	2.90	2.17
38	Meals and lunches	0.08	0.05	0.04	0.04	0.04	0.10
39	Repairs and services	0.83	0.68	0.56	0.76	0.69	0.73
40	All other departments	3.02	2.97	2.85	2.82	2.11	2.43
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.37	4.42	3.94	4.16	3.77	3.15

TABLEAU 10. Rapports mensuels stocks-ventes, des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1981						Rayon	No
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
2.60	2.64	2.52	3.79	2.92	2.00	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
9.11	4.06	3.36	2.94	2.82	1.48	formes pour dames et jeunes filles	2
2.83	2.58	1.90	2.88	2.61	1.41	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	3
13.77	9.34	8.25	7.37	5.50	3.12	filles	4
4.48	3.27	2.80	3.79	3.02	1.87	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	5
						Fourrures	6
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	7
						de chambres d'enfants	8
4.59	2.30	2.50	3.58	2.67	1.38	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	9
2.93	3.52	2.88	4.04	2.87	0.95	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	10
3.41	3.41	2.71	4.47	3.92	2.44	Sous-vêtements	11
1.36	1.16	0.93	1.08	1.05	0.75	Chapeaux	12
3.86	3.64	2.01	2.45	2.49	1.34	Bas pour dames et fillettes	13
4.76	4.10	2.50	3.76	2.74	1.05	Gants, moufles et articles de parure pour	14
5.35	4.21	2.97	3.79	3.71	3.01	dames et fillettes	15
6.41	6.16	3.94	5.16	3.99	2.42	Chaussures pour dames, jeunes filles et	16
4.88	5.12	3.92	5.05	2.99	1.06	enfants	17
6.71	2.52	3.47	4.98	3.40	1.54	Vêtements pour hommes	18
						Articles d'habillement pour hommes	19
						Vêtements et articles d'habillement pour	20
						garçons	21
6.97	5.76	4.17	5.68	4.81	3.24	Chaussures pour hommes et garçons	22
0.67	0.47	0.56	0.67	0.63	0.34	Produits alimentaires et connexes	23
3.82	3.58	3.45	4.83	4.13	1.51	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	24
						caments	25
3.90	3.69	3.83	5.66	3.65	1.39	Appareils et fournitures photographiques	26
8.38	6.49	4.74	5.50	5.16	6.70	Tissus à la pièce	27
4.12	4.47	3.68	5.20	5.14	3.02	Literie et linge de maison	28
6.36	5.66	3.74	4.11	3.88	3.37	Menus articles	29
7.77	8.70	6.72	8.70	5.40	2.94	Porcelaine et verrerie	30
5.09	5.59	4.42	4.63	4.26	5.39	Revêtements de plancher	31
4.24	4.80	4.12	5.05	4.81	4.27	Tentures, rideaux et housses	32
5.88	6.51	5.37	6.78	4.33	2.13	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	33
4.48	5.44	4.25	5.74	5.17	5.62	d'ameublement pour la maison	34
1.59	1.85	1.62	2.08	2.25	1.87	Meubles	35
4.00	3.93	3.37	4.30	3.28	1.83	Gros appareils ménagers	36
4.40	4.42	4.42	4.85	3.92	1.66	Télévision, radio et musique	37
						Articles de ménage et petits appareils élec-	38
						triques	39
5.63	5.91	5.01	6.37	5.30	3.26	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	40
3.40	3.51	3.02	3.48	3.50	3.64	etc.	41
6.88	6.51	4.64	7.47	4.21	1.60	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	42
5.40	6.88	7.89	6.66	2.35	0.72	truction	43
4.40	5.01	5.66	8.03	5.37	2.30	Bijouterie	44
						Jouets et jeux	45
						Articles de sport et valises	46
5.30	3.29	3.28	4.97	3.15	1.23	Papeterie, livres et revues	47
2.64	2.77	2.55	2.77	2.45	2.06	Essence, huile, accessoires d'automobile,	48
0.07	0.06	0.06	0.07	0.06	0.04	réparation et fournitures	49
1.02	0.96	0.80	0.82	0.61	0.46	Repas et casse-croûtes	50
3.07	2.95	2.90	3.26	3.09	1.64	Services et travaux de réparation	51
3.91	3.71	3.21	4.14	3.28	1.82	Tous autres rayons	52
						TOTAL, TOUS RAYONS	53

TABLE 11. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982

No.	Department	1982					1981	
		January	February	March	April	May	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.18	0.23	0.29	0.32	0.36	0.40	0.43
2	Women's and misses' coats and suits	0.33	0.31	0.38	0.40	0.22	0.24	0.18
3	Women's and misses' sportswear	0.26	0.29	0.35	0.34	0.36	0.38	0.41
4	Furs	0.21	0.19	0.18	0.04	0.04	0.05	0.03
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	0.24	0.25	0.32	0.34	0.29	0.27	0.30
6	Girls' and teenage girls' wear	0.21	0.27	0.37	0.34	0.30	0.30	0.34
7	Lingerie and women's sleepwear	0.22	0.25	0.29	0.31	0.31	0.32	0.34
8	Intimate apparel	0.21	0.22	0.29	0.31	0.30	0.31	0.32
9	Millinery	0.56	0.62	0.82	1.03	0.76	0.63	0.65
10	Women's and girls' hosiery	0.36	0.32	0.38	0.39	0.33	0.32	0.32
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.23	0.22	0.27	0.28	0.26	0.24	0.25
12	Women's, misses' and children's footwear	0.14	0.13	0.19	0.21	0.20	0.23	0.23
13	Men's clothing	0.16	0.16	0.21	0.19	0.18	0.19	0.23
14	Men's furnishings	0.19	0.17	0.21	0.21	0.21	0.20	0.31
15	Boys' clothing and furnishings	0.17	0.17	0.24	0.30	0.26	0.25	0.25
16	Men's and boys' footwear	0.13	0.12	0.16	0.19	0.18	0.18	0.19
17	Food and kindred products	1.50	1.57	1.49	1.69	1.68	1.66	1.45
18	Toiletries, cosmetics and drugs	0.21	0.22	0.27	0.26	0.23	0.27	0.27
19	Photographic equipment and supplies	0.18	0.16	0.21	0.21	0.18	0.22	0.29
20	Piece goods	0.13	0.14	0.17	0.15	0.14	0.16	0.15
21	Linens and domestics	0.21	0.14	0.17	0.18	0.18	0.19	0.21
22	Smallwares and notions	0.22	0.21	0.22	0.20	0.14	0.15	0.15
23	China and glassware	0.08	0.09	0.11	0.11	0.12	0.13	0.13
24	Floor coverings	0.14	0.17	0.22	0.20	0.18	0.22	0.21
25	Draperies, curtains and furniture coverings	0.13	0.13	0.20	0.21	0.20	0.22	0.24
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.14	0.13	0.16	0.14	0.13	0.15	0.15
27	Furniture	0.17	0.16	0.18	0.17	0.18	0.23	0.30
28	Major appliances	0.47	0.44	0.55	0.52	0.51	0.57	0.86
29	Television, radio and music	0.22	0.20	0.25	0.21	0.18	0.21	0.22
30	Housewares and small electrical appliances	0.18	0.21	0.20	0.22	0.22	0.22	0.23
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.18	0.20	0.19	0.20	0.24	0.25	0.24
32	Plumbing, heating and building materials	0.19	0.20	0.23	0.28	0.33	0.34	0.34
33	Jewellery	0.09	0.10	0.13	0.13	0.14	0.17	0.17
34	Toys and games	0.11	0.11	0.14	0.18	0.14	0.15	0.17
35	Sporting goods and luggage	0.17	0.15	0.18	0.20	0.23	0.21	0.24
36	Stationery, books and magazines	0.22	0.22	0.24	0.23	0.21	0.22	0.23
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.35	0.28	0.35	0.37	0.33	0.36	0.40
38	Meals and lunches	12.92	15.04	22.85	24.53	24.74	8.88	9.59
39	Repairs and services	1.31	1.32	1.81	1.53	1.33	1.09	1.24
40	All other departments	0.29	0.33	0.37	0.40	0.46	0.43	0.38
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.22	0.22	0.26	0.26	0.25	0.27	0.29

TABLEAU 11. Rapports mensuels ventes-stocks, des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1981						Rayon	N°
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
0.40	0.37	0.41	0.31	0.32	0.46	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
0.15	0.25	0.30	0.36	0.32	0.50	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.37	0.39	0.52	0.39	0.37	0.59	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
0.07	0.11	0.13	0.15	0.17	0.30	Fourrures	4
0.26	0.28	0.34	0.31	0.30	0.50	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.26	0.41	0.37	0.32	0.34	0.61	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.35	0.29	0.35	0.30	0.35	0.79	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.31	0.29	0.34	0.27	0.25	0.38	Sous-vêtements	8
0.78	0.80	1.22	1.16	1.12	1.27	Chapeaux	9
0.27	0.29	0.44	0.45	0.40	0.66	Bas pour dames et fillettes	10
0.22	0.24	0.38	0.32	0.35	0.74	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.19	0.24	0.32	0.29	0.26	0.33	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.17	0.18	0.23	0.22	0.24	0.37	Vêtements pour hommes	13
0.22	0.20	0.25	0.23	0.31	0.73	Articles d'habillement pour hommes	14
0.18	0.33	0.29	0.24	0.26	0.55	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.15	0.17	0.23	0.20	0.19	0.29	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.46	1.90	1.81	1.73	1.67	2.26	Produits alimentaires et connexes	17
0.27	0.27	0.29	0.25	0.24	0.56	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
0.28	0.27	0.25	0.21	0.25	0.61	Appareils et fournitures photographiques	19
0.12	0.15	0.20	0.20	0.19	0.15	Tissus à la pièce	20
0.25	0.22	0.26	0.22	0.19	0.32	Literie et linge de maison	21
0.16	0.17	0.26	0.26	0.24	0.31	Menus articles	22
0.13	0.12	0.14	0.13	0.19	0.35	Porcelaine et verrerie	23
0.20	0.18	0.21	0.24	0.22	0.20	Revêtements de plancher	24
0.25	0.20	0.23	0.22	0.20	0.23	Tentures, rideaux et housses	25
0.18	0.16	0.18	0.17	0.22	0.41	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.23	0.18	0.22	0.20	0.18	0.19	Meubles	27
0.68	0.53	0.59	0.55	0.44	0.52	Gros appareils ménagers	28
0.25	0.25	0.29	0.27	0.30	0.50	Télévision, radio et musique	29
0.23	0.22	0.22	0.23	0.26	0.52	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
0.20	0.17	0.18	0.19	0.17	0.28	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.32	0.28	0.31	0.33	0.27	0.28	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
0.15	0.15	0.21	0.16	0.23	0.54	Bijouterie	33
0.20	0.16	0.13	0.18	0.38	0.92	Jouets et jeux	34
0.23	0.19	0.18	0.15	0.17	0.39	Articles de sport et valises	35
0.20	0.29	0.30	0.23	0.30	0.69	Papeterie, livres et revues	36
0.42	0.36	0.36	0.44	0.39	0.45	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
11.83	16.74	16.56	15.44	15.92	22.66	Repas et casse-croûtes	38
1.14	0.98	1.21	1.34	1.52	1.87	Services et travaux de réparation	39
0.34	0.33	0.33	0.35	0.30	0.60	Tous autres rayons	40
0.26	0.26	0.29	0.27	0.29	0.49	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 12. Department Stores' Month-end Accounts Receivable,(1) Unadjusted, Canada, 1980-1982

TABLEAU 12. Montants à recevoir(1), non ajustés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982

Month	1980	1981	1982	Change from previous month	Change 1982/1981
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1982/1981
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,510,848	1,554,350	1,624,889	- 9.1	+ 4.5
February - Février	1,453,884	1,488,706	1,554,529	- 4.3	+ 4.4
March - Mars	1,388,475	1,476,287	1,537,740	- 1.1	+ 4.2
April - Avril	1,397,066	1,483,717	1,536,243	- 0.1	+ 3.5
May - Mai	1,381,243	1,493,281	1,527,352	- 0.6	+ 2.3
June - Juin	1,359,373	1,501,535			
July - Juillet	1,341,270	1,523,351			
August - Août	1,346,822	1,512,048			
September - Septembre	1,401,404	1,537,138			
October - Octobre	1,434,563	1,550,904			
November - Novembre	1,490,778	1,622,633			
December - Décembre	1,658,191	1,788,145			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 13. Department Stores' Month-end Accounts Receivable,(1) Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982

TABLEAU 13. Montants à recevoir(1), désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982

Month	1980	1981	1982	Change from previous month	Change 1982/1981
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1982/1981
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,420.3	1,470.0	1,538.0	- 1.6	+ 4.6
February - Février	1,438.8	1,480.0	1,532.2	- 0.4	+ 3.9
March - Mars	1,408.9	1,499.0	1,563.1	+ 2.0	+ 4.1
April - Avril	1,424.7	1,515.0	1,573.7	+ 0.7	+ 3.9
May - Mai	1,417.5	1,537.0	1,569.6	- 0.3	+ 2.9
June - Juin	1,420.8	1,563.0			
July - Juillet	1,425.6	1,615.0			
August - Août	1,430.0	1,595.0			
September - Septembre	1,440.8	1,581.0			
October - Octobre	1,442.6	1,565.0			
November - Novembre	1,441.4	1,570.0			
December - Décembre	1,448.9	1,563.0			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Department Store Sales and
Stocks, MCD, Seasonal
and Trading Day Factors

Ventes et stocks des grands
magasins MDC et coefficients de
corrections des variations
saisonnières et des jours
commerciaux

TABLE 14. Department Store Sales, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1982 and 1983

No.	Department	1982						
		MCD	March	April	May	June	July	August
		MDC	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	86.83	110.01	128.82	115.40	98.71	91.77
2	Women's and misses' coats and suits	6	103.83	98.45	53.75	41.36	47.82	105.31
3	Women's and misses' sportswear	3	88.53	99.35	107.84	98.52	90.23	96.08
4	Furs	12	67.11	26.19	18.47	17.20	47.90	91.86
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	85.38	101.02	91.01	87.87	91.36	104.29
6	Girls' and teenage girls' wear	4	91.29	100.97	90.84	87.19	82.53	139.25
7	Lingerie and women's sleepwear	3	73.67	84.09	96.04	88.99	91.88	72.45
8	Intimate apparel	4	93.23	107.40	106.68	112.14	103.39	95.30
9	Millinery	12	57.58	73.52	63.94	60.82	62.19	60.53
10	Women's and girls' hosiery	3	92.17	106.67	97.57	84.53	72.78	81.11
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	77.06	86.97	89.53	82.70	69.94	74.52
12	Women's, misses' and children's footwear	6	90.00	109.69	104.36	95.02	78.24	97.90
13	Men's clothing	4	92.79	92.57	86.66	95.80	72.81	81.88
14	Men's furnishings	5	69.39	78.14	78.57	103.77	77.70	72.97
15	Boys' clothing and furnishings	6	84.89	98.19	85.90	79.36	78.95	138.31
16	Men's and boys' footwear	5	85.36	111.00	98.91	103.21	85.19	91.11
17	Food and kindred products	7	93.42	106.15	102.06	88.64	89.54	99.67
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	84.09	91.02	91.00	87.50	89.74	85.29
19	Photographic equipment and supplies	4	72.92	81.65	84.71	98.57	103.16	96.08
20	Piece goods	5	109.03	107.95	104.36	91.00	77.75	90.03
21	Linens and domestics	3	77.07	84.43	89.52	93.71	111.85	95.69
22	Smallwares and notions	4	91.75	93.39	77.68	76.88	84.82	83.84
23	China and glassware	4	73.31	77.63	87.93	84.33	83.31	76.93
24	Floor coverings	5	98.16	98.84	100.15	95.78	102.81	91.04
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	92.69	107.71	101.49	105.86	112.96	93.62
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	83.01	87.59	82.20	80.27	88.88	83.16
27	Furniture	4	94.45	91.17	105.50	100.66	122.83	96.66
28	Major appliances	5	89.95	90.03	101.35	101.15	122.44	101.32
29	Television, radio and music	4	85.20	77.82	75.03	72.82	86.17	87.75
30	Housewares and small electrical appliances	3	75.48	86.01	96.50	89.54	98.55	88.09
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4	79.73	106.64	121.03	112.69	100.89	89.25
32	Plumbing, heating and building materials	7	85.08	111.89	120.16	126.52	110.00	94.72
33	Jewellery	3	69.88	80.23	87.84	84.76	76.37	73.86
34	Toys and games	4	49.44	66.82	60.34	57.13	66.15	57.84
35	Sporting goods and luggage	3	70.99	102.38	113.79	120.15	115.12	84.05
36	Stationery, books and magazines	4	75.61	79.20	81.52	80.97	75.68	103.11
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	86.03	106.75	97.40	101.78	101.19	91.68
38	Meals and lunches	3	95.51	95.34	94.92	96.64	98.83	98.22
39	Repairs and services	7	92.90	91.50	92.77	100.34	91.76	89.32
40	All other departments	4	84.56	114.27	134.63	110.37	101.48	88.13
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	84.43	93.93	95.37	93.70	91.90	91.23

TABLÉAU 14. Ventes des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1982 et 1983

1982						1983		
September	October	November	December	January	February	Rayon		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février			
102.23	95.41	105.80	142.27	56.53	65.80	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1	
131.00	163.41	149.76	159.25	72.75	68.40	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2	
124.99	103.27	116.94	151.12	58.72	63.76	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3	
103.49	127.36	172.25	245.52	169.10	116.20	Fourrures	4	
111.10	113.19	116.66	161.72	67.80	67.55	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5	
117.06	98.74	120.71	159.57	50.35	61.21	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
92.29	91.96	141.57	259.37	53.38	58.54	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
105.10	89.96	98.17	141.17	76.05	70.02	Sous-vêtements	8	
91.00	141.75	202.05	256.36	79.41	55.47	Chapeaux	9	
115.89	112.55	117.83	165.37	80.51	72.52	Bas pour dames et fillettes	10	
106.35	104.55	149.28	245.83	57.41	57.34	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11	
126.98	121.15	124.33	136.25	59.65	55.15	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12	
110.93	110.20	143.18	191.80	63.06	59.12	Vêtements pour hommes	13	
93.20	94.59	151.55	269.67	57.18	54.24	Articles d'habillement pour hommes	14	
107.17	100.88	120.69	198.55	53.57	53.93	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15	
113.50	110.09	122.42	160.69	60.55	58.37	Chaussures pour hommes et garçons	16	
88.19	95.06	117.44	142.20	82.08	97.09	Produits alimentaires et connexes	17	
89.68	93.59	114.19	224.08	75.50	75.10	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18	
92.89	87.22	114.47	241.33	69.31	59.14	Appareils et fournitures photographiques	19	
116.23	117.64	117.79	96.86	83.93	85.61	Tissus à la pièce	20	
112.17	100.26	108.72	164.14	101.01	61.84	Literie et linge de maison	21	
117.31	114.10	118.97	150.20	105.59	84.66	Menus articles	22	
96.62	83.10	139.69	273.96	65.75	59.59	Porcelaine et verrerie	23	
104.82	118.30	122.66	105.36	80.48	82.08	Revêtements de plancher	24	
105.31	107.69	111.15	118.67	74.32	67.99	Tentures, rideaux et housses	25	
99.71	96.49	137.56	222.19	74.01	66.09	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26	
106.94	99.15	102.82	100.25	104.55	74.63	Meubles	27	
10.97	105.24	100.59	112.18	94.64	70.27	Gros appareils ménagers	28	
11.39	104.45	130.92	212.18	87.02	69.99	Télévision, radio et musique	29	
93.14	89.86	123.18	223.38	67.32	71.11	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30	
96.92	107.06	105.55	142.46	70.71	67.01	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31	
30.05	112.13	98.78	100.63	67.44	69.59	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32	
39.87	80.88	139.35	311.73	46.83	52.35	Bijouterie	33	
30.09	100.24	231.65	383.77	34.02	37.83	Jouets et jeux	34	
33.44	79.40	109.20	194.64	72.58	56.73	Articles de sport et valises	35	
7.65	87.32	126.37	241.57	75.00	68.82	Papeterie, livres et revues	36	
10.76	119.96	124.13	137.57	73.07	68.10	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37	
7.16	100.49	111.65	146.87	84.22	79.92	Repas et casse-croûtes	38	
8.75	110.93	136.45	132.29	83.97	78.66	Services et travaux de réparation	39	
2.55	90.61	96.46	161.17	68.14	67.59	Tous autres rayons	40	
1.89	101.31	123.87	182.98	72.42	67.48	TOTAL, TOUS RAYONS	41	

TABLE 15. Department Store Stocks, MCD and Seasonal Factors, 1982 and 1983

No.	Department	1982						
		MCD	March	April	May	June	July	August
		MDC	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4	106.88	120.38	111.23	85.62	91.70	87.62
2	Women's and misses' coats and suits	4	85.51	78.45	66.95	68.32	126.89	132.10
3	Women's and misses' sportswear	3	103.59	118.58	114.51	93.12	101.61	99.34
4	Furs	5	78.68	85.55	86.78	82.52	93.18	109.49
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	4	88.94	109.33	103.09	90.24	122.61	105.60
6	Girls' and teenage girls' wear	3	94.26	109.34	107.73	89.61	122.76	110.24
7	Lingerie and women's sleepwear	4	94.60	111.97	109.79	90.32	93.94	100.43
8	Intimate apparel	3	94.93	101.43	107.26	91.55	97.47	99.65
9	Millinery
10	Women's and girls' hosiery	4	97.26	107.71	108.86	93.49	102.01	112.52
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	3	94.91	107.60	103.71	87.34	94.83	96.11
12	Women's, misses' and children's footwear	3	101.74	112.77	107.63	96.95	105.48	109.51
13	Men's clothing	3	93.88	101.36	101.78	81.92	96.30	116.11
14	Men's furnishings	4	92.75	107.76	108.80	88.86	100.13	102.11
15	Boys' clothing and furnishings	4	88.38	102.11	95.76	89.12	122.87	98.41
16	Men's and boys' footwear	4	100.32	112.00	112.48	94.76	102.09	104.11
17	Food and kindred products
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	90.73	105.78	104.61	92.52	96.78	89.11
19	Photographic equipment and supplies	4	85.96	102.69	104.38	86.47	97.10	93.01
20	Piece goods	4	100.43	106.76	104.24	96.64	101.31	102.11
21	Linens and domestics	3	97.85	109.68	112.50	102.78	97.69	93.41
22	Smallwares and notions	4	91.93	109.00	114.31	106.84	110.72	102.11
23	China and glassware	3	94.56	101.78	104.80	95.79	98.87	99.11
24	Floor coverings	3	95.85	102.52	104.51	103.14	101.85	101.11
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	97.99	107.54	108.90	97.38	101.70	96.11
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	95.90	101.70	110.58	99.97	102.59	104.11
27	Furniture	3	100.61	110.49	111.01	102.24	99.16	94.11
28	Major appliances	4	103.80	108.03	104.36	95.56	95.17	88.11
29	Television, radio and music	3	97.55	106.67	103.90	96.79	94.74	94.11
30	Housewares and small electrical appliances	3	97.78	109.84	108.35	98.41	99.49	97.11
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	3	96.88	107.30	106.63	93.31	95.67	97.11
34	Toys and games	4	81.93	95.61	91.31	80.77	86.97	106.11
35	Sporting goods and luggage	4	93.88	114.43	116.58	96.89	98.32	96.11
36	Stationery, books and magazines	4	86.97	100.25	107.35	96.00	105.67	106.11
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies
38	Meals and lunches
39	Repairs and services
40	All other departments
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2	95.32	106.17	106.47	93.57	101.35	100.11

TABLEAU 15. Stocks des grands magasins, MDC et coefficients de corrections des variations saisonnières, 1982 et 1983

1982		1983				Rayon	N°
September	October	November	December	January	February		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février		
84.23	117.96	115.58	90.13	89.88	98.82	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
133.55	152.38	122.79	77.03	70.87	84.64	formes pour dames et jeunes filles	2
86.67	113.07	114.13	79.62	82.92	92.89	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	3
115.63	131.27	123.74	107.59	97.80	87.88	filles	4
94.99	118.41	108.37	89.28	83.33	85.99	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	5
						Fourrures	6
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	7
						de chambres d'enfants	8
98.51	119.47	113.67	72.03	73.90	88.55	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	9
92.09	133.47	134.34	77.53	78.28	83.08	lingerie et vêtements de nuit pour dames	10
83.29	108.22	118.66	100.71	100.95	95.88	Sous-vêtements	11
...	Chapeaux	12
92.58	108.94	107.81	86.05	90.53	92.43	Bas pour dames et fillettes	13
							14
89.34	132.55	134.65	83.38	84.91	90.86	Gants, moufles et articles de parure pour	15
92.79	110.72	99.15	90.35	82.01	90.73	dames et fillettes	16
99.15	128.29	121.95	91.17	76.06	91.85	Chaussures pour dames, jeunes filles et	17
98.50	132.80	120.80	75.40	83.82	88.21	enfants	18
97.75	130.80	111.05	80.75	86.36	96.76	Vêtements pour hommes	19
						Articles d'habillement pour hommes	20
						Vêtements et articles d'habillement pour	21
						garçons	22
92.20	121.50	106.46	88.13	80.87	84.98	Chaussures pour hommes et garçons	23
...	Produits alimentaires et connexes	24
86.74	125.97	132.39	89.39	101.00	84.98	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	25
						caments	26
86.28	134.73	132.50	88.30	98.95	89.42	Appareils et fournitures photographiques	27
90.59	108.45	101.41	98.57	90.17	98.98	Tissus à la pièce	28
							29
82.16	106.33	109.00	99.91	90.77	97.77	Literie et linge de maison	30
89.71	102.91	95.46	101.27	88.65	86.46	Menus articles	31
91.20	110.44	117.80	107.64	88.85	89.23	Porcelaine et verrerie	32
87.59	103.62	96.28	108.63	99.34	94.57	Revêtements de plancher	33
85.35	105.98	101.05	102.31	95.58	99.35	Tentures, rideaux et housses	34
							35
91.52	120.75	112.05	82.76	87.98	89.86	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	36
82.82	98.91	99.38	110.09	94.73	96.45	d'ameublement pour la maison	37
99.99	103.37	108.60	109.15	98.55	104.39	Meubles	38
86.24	110.98	119.24	103.96	94.56	91.05	Gros appareils ménagers	39
90.71	113.46	115.09	86.98	91.49	90.44	Télévision, radio et musique	40
						Articles de ménage et petits appareils élec-	41
						triques	42
...	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	43
...	etc.	44
6.57	118.05	124.57	90.49	89.95	93.58	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	45
4.87	176.47	134.89	55.78	85.08	79.85	truction	46
6.56	130.58	112.81	85.51	74.43	83.24	Bijouterie	47
						Jouets et jeux	48
						Articles de sport et valises	49
							50
6.24	124.99	123.82	79.68	89.16	83.78	Papeterie, livres et revues	51
...	Essence, huile, accessoires d'automobile,	52
...	réparation et fournitures	53
...	Repas et casse-croûtes	54
...	Services et travaux de réparation	55
...	Tous autres rayons	56
1.06	118.52	114.38	92.35	88.70	90.82	TOTAL, TOUS RAYONS	57

LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland
Bowring Bros. Ltd., 281 Water St., St. John's, Newfoundland
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 190 Yonge St., Toronto, Ontario
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario
K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., Lloydminster, Saskatchewan
Ogilvy, Charles, Ltd., 126 Rideau St., Ottawa, Ontario
Ogilvy's, Jas. A., Ltd., St. Catherine St. W., Montréal, Québec
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario
Robinson, The G.W., Co. Ltd., 18 James St., Hamilton, Ontario
Sentry Dep't. Stores Ltd., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario
Simpson, The Robert, Co. Ltd., 401 Bay St., Toronto, Ontario
Simpson Sears Ltd., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
Smith's & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario
Steinberg Inc., Miracle Mart Division, Montréal, Québec
Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario
Woodward Stores (Alta.) Ltd., Vancouver, British Columbia
Woodward Stores (B.C.) Ltd., Vancouver, British Columbia
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., Weston, Ontario
Zeller's Ltd., 5250 Decarie Blvd., Montréal, Québec

SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Merchandising and Services Division in the Retail Trade sector.

Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil. 36 pp. First Issue, 1938. (ISSN 0380-7045).

Total sales and number of outlets, by province and selected metropolitan area, and sales and inventories by department, Canada.

- 63-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil. 1 pp. First Issue, 1950. (ISSN 0709-8650).

Total sales and percentage changes of sales, by region.

- 63-005 Retail Trade. Monthly. Bil. Approx. 65 pp. First Issue, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total retail sales by province and kind of business, for chain and independent stores; seasonally adjusted sales, Canada.

- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil. Approx. 15 pp. First Issue, 1932. (ISSN 0705-5595).

Number and value of new passenger cars, trucks and buses sold by province and by origin (Canada and U.S. or imported). Monthly unit sales, by type and origin, seasonally adjusted.

- 63-014 Merchandising Inventories. M. Bil. 24 pp. First Issue, 1972. (ISSN 0380-7177).

Inventories and stocks/sales ratios, by type of trade for wholesale, by department for department stores, by kind of business for chain stores and independent stores: quarterly percentage changes for independent stores by kind of business.

- 63-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil. Approx. 74 pp. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total retail sales by chain and department stores including data on floor area, inventory and accounts receivable.

CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division du commerce et des services.

Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil. 36 pages. Premier numéro, 1938. (ISSN 0380-7045).

Ventes totales et nombre de points de ventes par provinces et certaines régions métropolitaines, ventes et stocks par rayon, Canada.

- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil. 1 page. Premier numéro, 1950. (ISSN 0709-8650).

Variations en pourcentage et ventes par région.

- 63-005 Commerce de détail. Mensuel. Bilingue. Environ 65 pages. Premier numéro, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total des ventes au détail par province et genre de commerce, pour les magasins à succursales et les magasins indépendants; chiffres désaisonnalisés, Canada.

- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil. Environ 15 pages. Premier numéro, 1932. (ISSN 0705-5595).

Nombre et valeur des voitures particulières, des camions et des autobus neufs vendus par province et par lieu d'origine (Canada et É.-U. ou importés). Ventes unitaires mensuelles selon le type et l'origine, après désaisonnalisation.

- 63-014 Stocks commerciaux. M. Bil. 24 pages. Premier numéro, 1972. (ISSN 0380-7177).

Stocks et rapports stocks/ventes, par genre de commerce pour le commerce de gros, par rayon pour les grands magasins et par genre de commerce pour les magasins à succursales et magasins indépendants: variations trimestrielles en pourcentage pour les magasins indépendants suivant le genre de commerce.

- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil. Environ 74 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total des ventes au détail pour les magasins à succursales et les grands magasins, incluant des données sur la superficie total, des stocks, et comptes à recevoir.

Catalogue

- 63-213 Vending Machine Operators. A. Bil. 21 pp. First Issue, 1958. (ISSN 0527-6411).

Sales of merchandise through automatic vending machines, by type of machine and location, Canada and provinces.

- 63-218 Direct Selling Canada. A. Bil. 14 pp. First Issue, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Sales of various commodities by method of distribution; door-to-door, mail order, etc.

- 63-219 Campus Book Stores, A. Bil. Approx. 8 pp. First Issue, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Retail sales by commodities, employees and payroll, by regions, provinces and Canada, for academic years.

- 63-224 Market Research Handbook. A. Bil. 700 pp. First Issue, 1975. (ISSN 0590-9325).

The data covers such topics as general economic indicators, population characteristics, personal income and expenditure and household facilities.

- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil. 695 pp. (ISBN 0-660-506-13-0). The publication provides revised retail trade estimates for the years 1972 to 1979, both unadjusted and seasonally adjusted and also sections on definitions, concepts, classifications, methodology and data reliability.

Operating Results - Retail Trades. O. Bil. 29 pp. First Issue, 1974.

Reports in the Operating Results series contain ratios (percentages of net sales) for: purchases, inventories, cost of goods sold, gross profit, operating expense items and net profit.

Catalogue

- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A. Bil. 21 pages. Premier numéro, 1958. (ISSN 0527-6411).

Ventes de marchandise selon le genre de machine et l'emplacement, Canada et provinces.

- 63-218 La vente directe au Canada. A. Bil. 14 pages. Premier numéro, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Ventes de divers produits, par mode de distribution: démarchage, poste, etc.

- 63-219 Librairies de campus. A. Bil. Environ 8 pages. Premier numéro, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Ventes au détail par article, ainsi que le nombre d'employés et la paye, par région par province et au Canada par année scolaire.

- 63-224 Manuel statistique pour études de marché. A. Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975. (ISSN 0590-9325).

Les données portent sur des sujets tels que les indicateurs économiques généraux, les caractéristiques de la population, le revenu et les dépenses des particuliers et l'équipement ménager.

- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H. Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0). Cette publication contient des données brutes et désaisonnalisées, révisées de 1972 à 1979, des sections sur les définitions, les concepts de classement, la méthodologie ainsi que des renseignements sur la fiabilité des données.

Résultats d'exploitation - Commerce de détail. H. Bil. 29 pages. Premier numéro, 1974.

Les bulletins de la série des Résultats d'exploitation contiennent des ratios (pourcentages des ventes nettes) pour les achats, les stocks, le coût des biens vendus, les bénéfices bruts, les dépenses d'exploitation et les bénéfices nets.

Catalogue

The following reports on Operating Results are available.

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1979
- 63-604 Independent Women's Retail Clothing Stores, 1975
- 63-605 Independent Retail Hardware Stores, 1976
- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977
- 63-607 Retail Drug Stores, 1978
- 63-608 Retail Florists, 1979
- 63-609 Independent Retail Jewellery Stores, 1978

M. - Monthly A.- Annual Bil.- Bilingual
H.- Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available free on request from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue

Les publications suivantes sur les résultats d'exploitation sont maintenant disponibles.

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1979
- 63-604 Magasins indépendants de vente au détail de vêtements pour dames, 1975
- 63-605 Magasins indépendants de vente au détail de quincaillerie, 1976
- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977
- 63-607 Pharmacies au détail, 1978
- 63-608 Magasins de fleuristes, vente au détail, 1979
- 63-609 Magasins indépendants de vente au détail de bijouterie, 1978

M. - Mensuel A.- Annuel Bil.- Bilingue
H.- Hors série

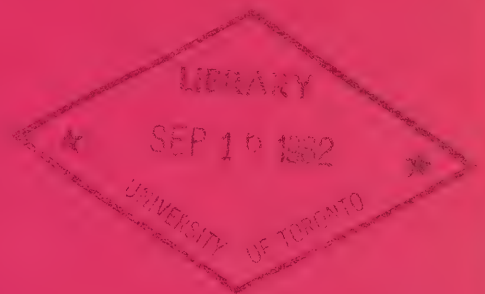
Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et social du Canada. On peut se procurer gratuitement un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Department store sales and stocks

June 1982

Ventes et stocks des grands magasins

Juin 1982



Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Merchandising and Services Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V4 (Telephone: 996-9304) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Winnipeg (949-4020)
Halifax (426-5331)	Regina (359-5405)
Montréal (283-5725)	Edmonton (420-3027)
Ottawa (992-4734)	Vancouver (666-3691)
Toronto (966-6586)	

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zénith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1150
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-282-8006
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by Northwest Telephone Co.)	Zénith 0-8913
Northwest Territories (area served by Northwest Telephone Co.)	Zénith 2-2015

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinolique et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Division du commerce et des services,
Section de commerce détail,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V4 (téléphone: 996-9304) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St-John's (772-4073)	Winnipeg (949-4020)
Halifax (426-5331)	Regina (359-5405)
Montréal (283-5725)	Edmonton (420-3027)
Ottawa (992-4734)	Vancouver (666-3691)
Toronto (966-6586)	

Un service de communication sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale ou des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1150
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-282-8006
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la Northwest Telephone Co.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la Northwest Telephone Co.)	Zénith 2-2015

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes et de la distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Statistics Canada
Merchandising and Services Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

June 1982

Statistique Canada
Division du commerce et des services
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Juin 1982

Published under the authority of
the Minister of Supply and
Services Canada

Statistics Canada should be credited when
reproducing or quoting any part of this document

© Minister of Supply
and Services Canada 1982

September 1982
5-3406-503

Price: Canada, \$3.00, \$30.00 a year
Other Countries, \$3.60, \$36.00 a year

Catalogue 63-002, Vol. 47, No. 6

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

Reproduction ou citation autorisée sous réserve
d'indication de la source: Statistique Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1982

Septembre 1982
5-3406-503

Prix: Canada, \$3.00, \$30.00 par année
Autres pays, \$3.60, \$36.00 par année

Catalogue 63-002, vol. 47, n° 6

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or, in this publication less than half unit expressed.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM staff, Current Economic Analysis Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-995-7406), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou, dans la présente publication, inférieur à la moitié de l'unité exprimée.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel du CANSIM, Division de l'analyse de conjoncture Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-995-7406), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	vii
Definitions	viii
Methodology	ix
Data Reliability	x
Non-sampling Errors	x
Non-sampling Error Measures	xi
Seasonal Adjustment	xiii
Explanatory Notes	xiv
Charts	
1. Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982	xvii
2. Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982	xvii
3. Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1980-1982	xviii
4. Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1980-1982	xix
5. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1980-1982	xix
6. Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization	xx
Highlights	xxi
Table	
1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982	2

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	vii
Définitions	viii
Méthodologie	ix
Fiabilité des données	x
Erreurs non liées à l'échantillonnage	x
Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage	xi
Désaisonnalisation	xiii
Notes explicatives	xiv
Graphiques	
1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1980-1982	xvii
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1980-1982	xvii
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail Total, par mois, Canada, 1980-1982	xviii
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1980-1982	xix
5. Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982	xix
6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisation	xx
Points saillants	xxi
Tableau	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	2

TABLE OF CONTENTS - Continued

Page

Table

2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982	4
3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982	6
4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	6
5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982	8
6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	8
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982	10
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	10
9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982	12
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	12
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982	14
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	14
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982	16
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	16
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982	18
16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982	19
17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	19

TABLES DES MATIÈRES - suite

Page

Tableau

2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1981 et 1982	4
3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1981 et 1982	6
4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	6
5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982	8
6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	8
7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982	10
8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	10
9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1981 et 1982	12
10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	12
11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982	14
12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	14
13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982	16
14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	16
15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	18
16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1981 et 1982	19
17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	19

TABLE OF CONTENTS - Continued

Table	Page
8. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982	20
9. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	20
10. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982	21
11. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	21
12. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981 and 1982	22
13. Department Store Monthly Sales as a Percentage of Total Retail Trade, by Province, 1981 and 1982	23
14. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1981 and 1982	24
15. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982	26
16. Department Store Monthly Stock-Sales Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982	28
17. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, 1981 and 1982	30
18. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1980-1982	32
19. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982	32
20. Department Store Sales, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1982 and 1983	34
21. Department Store Stocks, MCD and Seasonal Factors, 1982 and 1983	36
22. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1981	40

TABLES DES MATIÈRES - suite

Tableau	Page
18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982	20
19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	20
20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982	21
21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	21
22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981 et 1982	22
23. Proportions procentuelles mensuelles des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province, 1981 et 1982	23
24. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	24
25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1981 et 1982	26
26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	28
27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	30
28. Montants à recevoir, non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982	32
29. Montants à recevoir, désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982	32
30. Ventes des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1982 et 1983	34
31. Stocks des grands magasins, MDC et coefficients de corrections des variations saisonnières, 1982 et 1983	36
32. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1981	40

TABLE OF CONTENTS - Concluded

Page

Table

33. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981	40
34. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1981	42
35. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981	42
36. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1981	44
37. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981	44
38. Number of All Department Store Locations, by Province, 1981	46
39. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981	46
40. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1981	48
41. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981	48
42. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1981	50
43. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981	50
List of Department Store Organizations	52
Selected Publications	53

TABLES DES MATIÈRES - fin

Page

Tableau

33. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981	40
34. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par provinces, 1981	42
35. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981	42
36. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1981	44
37. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981	44
38. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1981	46
39. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981	46
40. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1981	48
41. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981	48
42. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1981	50
43. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981	50
Liste des organisations de grands magasins	52
Choix de publications	53

INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services. A "List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Merchandising and Services Division, to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments", however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located at department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a total unit; that is, it competes in the market place as one structure, rather than as a number of smaller stores.

INTRODUCTION

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division du commerce et des services. (Bien que le recensement mesure également les activités des "établissements", cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement unique et non comme un regroupement de petits magasins.

Definitions

Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics. It must sell the following general lines of merchandise:

Family clothing and apparel. This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least **six** of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

Furniture, appliance and home furnishings. This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least **four** of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

All other (miscellaneous). This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, **such as:** toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at

Définitions

Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada, un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et des services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes:

Vêtements pour la famille. Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; article d'habillement pour hommes; vêtements et article d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **six** des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou article d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20% des ventes globales du magasin doivent provenir dans le groupe de vêtements pour la famille.

Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager. Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine; verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de séjour, salle à manger ou chambre à coucher; appareils, télévision, radio et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **quatre** des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être des meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10 % des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

Tous autres articles (divers). Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus, **telles que:** articles de toilette, cosmétiques; médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menuiserie; bijouterie; articles de sport et valises; papeterie, livres et revues; et aliments.

least **three** different commodity lines with not one of these lines representing more than 50% of the **total** store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

Total net sales and receipts are defined as the total sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

Stocks are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or as at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

Accounts receivable are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

Junior Department Stores are defined as retailing entities which sell the same wide range of goods (see department store definition) that are sold in the more traditional (major) department stores and are popularly described as discount operations.

Methodology

The **monthly sales values**, published at the Canada, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The **monthly sales values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdown of sales. The percentage

Nota: Le magasin doit tenir au moins **trois** des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50% des ventes **globales** du magasin. Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

Les **ventes et recettes nettes totales** sont définies comme le total des ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

Les **stocks** englobent la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

Par **comptes à recevoir** on entend les comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dus en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

Les **grands magasins populaires** sont définis comme étant des points de ventes au détail qui offre la même vaste gamme d'articles (voir la définition d'un grand magasin) que les grands magasins traditionnels et qui sont généralement considérés comme des magasins à prix réduits.

Méthodologie

Le **chiffre des ventes mensuelles**, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des sociétés de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100%, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le **chiffre des ventes mensuelles par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes. La répartition en pourcentage des ventes

distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada sales total in order to provide an estimate of sales by department at the Canada level.

The monthly stock values by department, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sales ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The monthly accounts receivable values, published at the Canada level, are based on a panel of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

Data Reliability

Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

Data response error. This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

par rayon obtenues auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des ventes totales pour le pays afin d'établir une estimation des ventes par rayon pour l'ensemble du Canada.

Le chiffre des stocks mensuels par rayon publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le chiffre des comptes à recevoir mensuel pour l'ensemble du pays provient des sociétés de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtes retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.

Fiabilité des données

Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ couvert par l'enquête. L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou à des variations, d'un interviewer à l'autre et selon le mode de communication retenu, dans l'explication des questions et dans l'interprétation des réponses.

Non-response error. Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

Processing error. These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error. Two response measures are derived, namely, the **response rate**, which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data.

The units used in the Department Store Sales and Stocks Survey for derivation of the response rate is based on (1) the survey unit - the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations and (2) the organizational unit - the department store firm (company) themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in Ontario would be considered as one survey

La non-réponse. Certains enquêtés refusent de répondre, d'autres en sont incapables et d'autres encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, si elles existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

Le traitement. L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. S'agissant des estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreur. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) les unités d'enquête - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) les unités organisationnelles - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'en-

unit and one organizational unit while a firm reporting for five stores in Vancouver, 10 in British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as three survey units but only one organizational unit.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example, a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

quête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins. Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités organisationnelles dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités représentent \$8 millions sur l'estimation publiée de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation dans un tel cas, il faudrait tenir compte de deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1982
June

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1982
Juin

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	99.1	96.0	99.9
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	56.0	87.8
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	40.0	62.3
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	94.1	99.9

Seasonal Adjustment

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time."(1) In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal (variations) and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method(2) to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of raw data onto the end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these calculations have been repeated several times.(3)

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be due to irregular movements; to get a better

"A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," **Canada Statistical Review**, August 1974.

For further information see the **X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method**, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

See next page.

Désaisonnalisation

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps"(1). L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles; la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et une meilleur prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI(2) afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolation prospective et retrospective réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressif à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises(3).

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent être de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure

(1) La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la **Revue statistique du Canada**, Août 1974.

(2) Pour plus ample information voir **La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI**, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, no. 12-564F au catalogue, hors série.

(3) Voir page suivante.

idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.⁽³⁾ The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Constant Dollar Estimate

To obtain constant dollar estimates of total department store sales (Text Table II), estimates of sales by department group are deflated using department group implicit price indices supplied by the Industry Product Division of Statistics Canada. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The published price index is an implicit index calculated by dividing the total current dollar sales estimate by the total constant dollar sales estimate.

Explanatory Notes

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

⁽³⁾ See Tables 30 and 31.

idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, ils disposent des mois à dominance cyclique, ou MDC.⁽³⁾ Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieure à l'unité; autrement dit, c'est la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois qui doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable et indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées dont la période est égale au MCD tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MCD permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Estimations en dollars constants

Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants (tableau explicatif II), les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées au moyen d'indices implicites de prix appropriés fournis par la Division du produit industriel de Statistique Canada. Les estimations de ces groupes de rayons ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'indice des prix qui est publié est un indice implicite obtenu en divisant le chiffre estimatif des ventes totales en dollars courants par l'estimation correspondante en dollars constants.

Notes explicatives

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication est fondée sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elle tient compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elle ne se limite pas aux magasins qui ont été exploités pendant toutes les périodes en cause.

⁽³⁾ Voir les tableaux 30 et 31.

TEXT TABLE II. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1980-1982

TABLEAU EXPLICATIF II. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1980-1982

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year per cent change	Constant 1971 dollars unadjusted	Year/year per cent change
Période	Indice des prix	Dollars courants non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1971 non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année
		'000	%	'000	%
1980:					
January - Janvier	168.3	562,328	+ 16.2		
February - Février	172.4	521,533	+ 15.9	334,122	+ 6.3
March - Mars	174.0	618,539	+ 1.1	302,513	+ 5.6
April - Avril	176.3	684,365	+ 12.5	355,482	- 8.4
May - Mai	178.7	767,974	+ 11.9	388,182	+ 1.9
June - Juin	179.2	692,120	+ 2.0	429,756	+ 0.9
July - Juillet	178.1	709,231	+ 14.1	386,228	- 7.9
August - Août	180.0	731,863	+ 3.7	398,221	+ 3.2
September - Septembre	181.0	805,650	+ 11.4	406,591	- 6.3
October - Octobre	181.9	824,123	+ 11.2	445,110	+ 1.1
November - Novembre	184.3	990,566	+ 7.6	453,064	+ 1.5
December - Décembre	184.1	1,458,479	+ 12.1	537,475	- 2.0
Year - Année	179.1	9,366,771	+ 9.8	792,221	+ 2.3
				5,228,965	- 0.9
1981:					
January - Janvier	185.2	643,821	+ 14.5		
February - Février	189.3	568,767	+ 9.1	347,636	+ 4.0
March - Mars	190.0	688,718	+ 11.3	300,458	- 0.7
April - Avril	192.1	793,595	+ 16.0	362,483	+ 2.0
May - Mai	193.5	822,881	+ 7.1	413,116	+ 6.4
June - Juin	193.3	835,934	+ 20.8	425,261	- 1.0
July - Juillet	193.2	757,743	+ 6.8	432,454	+ 12.0
August - Août	195.2	786,492	+ 7.5	392,207	- 1.5
September - Septembre	195.7	848,390	+ 5.3	402,915	- 0.9
October - Octobre	198.1	892,549	+ 8.3	433,516	- 2.6
November - Novembre	199.0	1,036,498	+ 4.6	450,555	- 0.6
December - Décembre	198.1	1,542,685	+ 5.8	520,853	- 3.1
Year - Année	194.3	10,218,073	+ 9.1	778,741	- 1.7
				5,260,195	+ 0.6
1982:					
January - Janvier	198.6	600,079	- 6.8		
February - Février	204.8	577,906	+ 1.6	302,155	- 13.1
March - Mars	204.1	694,447	+ 0.8	282,181	- 6.1
April - Avril	206.4	791,728	- 0.2	340,248	- 6.1
May - Mai	208.5	811,119	- 1.4	383,589	- 7.1
June - Juin	207.4	790,742	- 5.4	389,025	- 8.5
July - Juillet				381,264	- 11.8
August - Août					
September - Septembre					
October - Octobre					
November - Novembre					
December - Décembre					
Year - Année					

The stock-sales ratios(4) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stocks ratios(5) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table III for the number of shopping days the current publication is based on.

(4) See Table 26.
(5) See Table 27.

On obtient les ratios stocks-ventes(4) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks(5) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement.

La liste de référence des marchandises, qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

Les chiffres révisés des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif III donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

(4) Voir tableau 26.
(5) Voir tableau 27.

TEXT TABLE III. Number of Shopping Days, by Month, 1981 and 1982
TABLEAU EXPLICATIF III. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1981 et 1982

	1982		1981	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	25	5	26	5
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	27	4	26	5
April - Avril	25	4	25	4
May - Mai	26	5	26	5
June - Juin	26	4	26	4
July - Juillet	26	5	26	4
August - Août	26	4	25	5
September - Septembre	25	4	25	4
October - Octobre	25	5	26	5
November - Novembre	26	4	25	4
December - Décembre	26	3	26	4

Chart — 1

Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982
 Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1980-1982

Graphique — 1

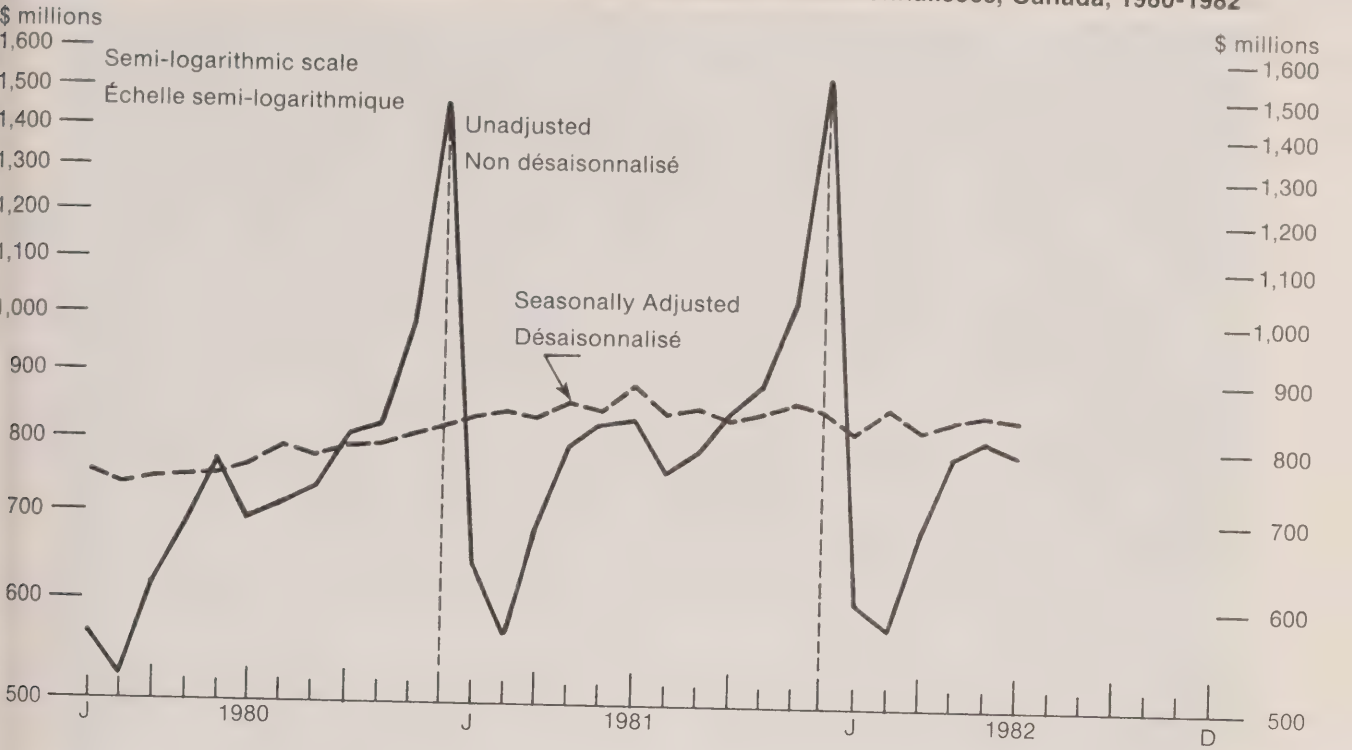


Chart — 2

Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982
 Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1980-1982

Graphique — 2

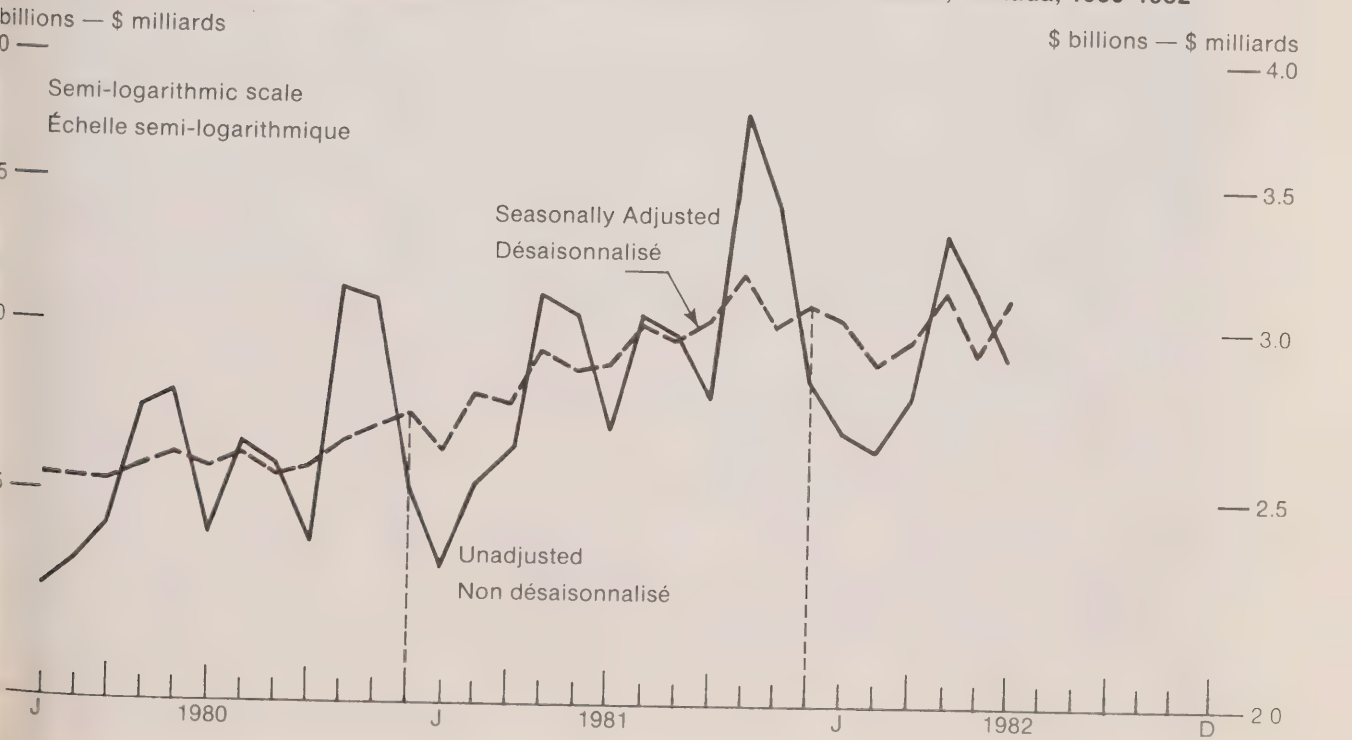


Chart — 3

Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1980-1982

Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1980-1982

\$ billions
\$ milliards
10.0

\$ billions
\$ milliards
10.0

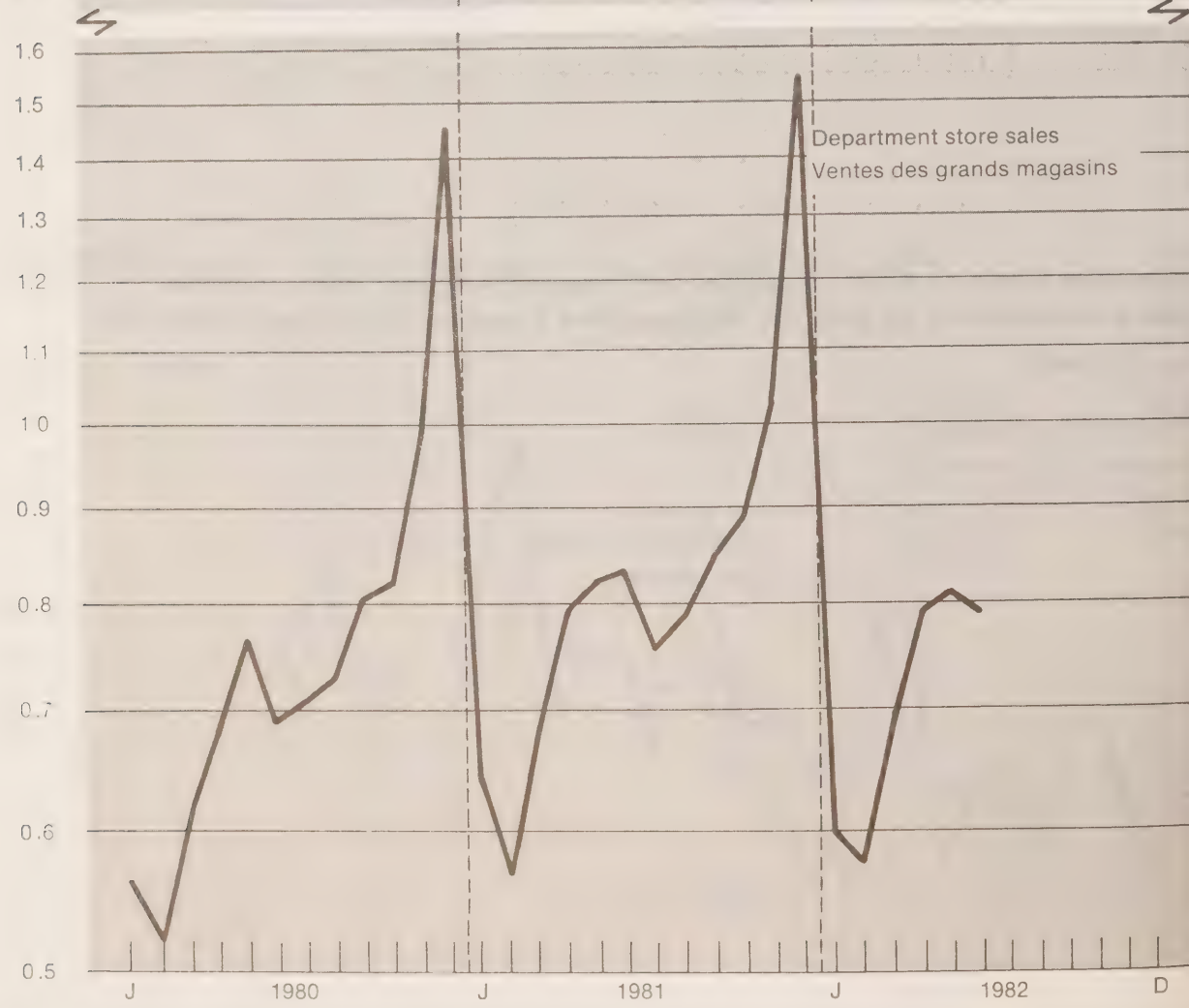
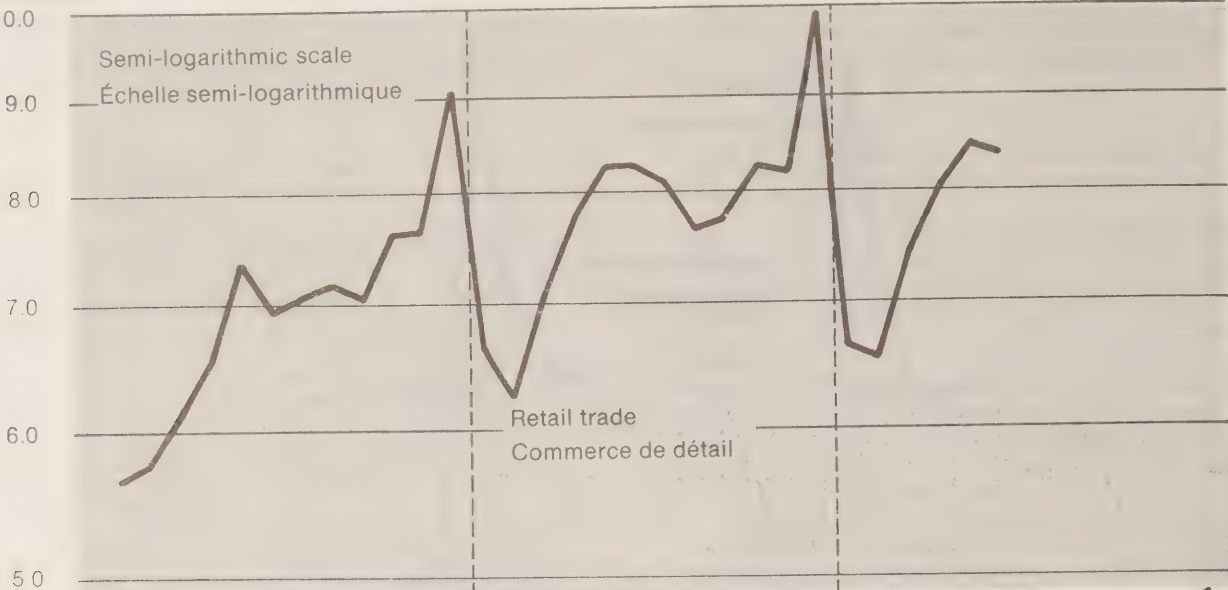


Chart — 4
Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1980 – 1982
Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1980 – 1982

Graphique — 4

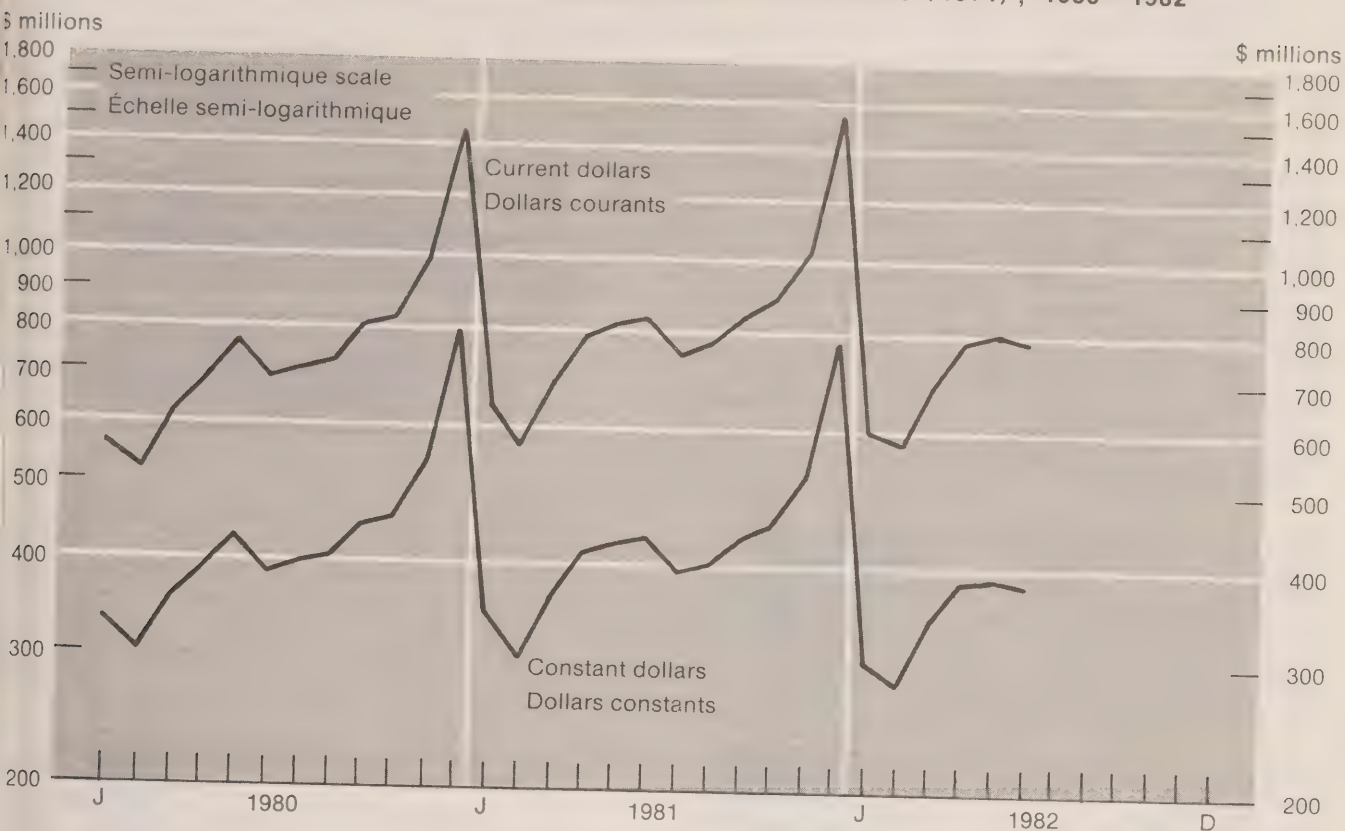


Chart — 5
Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1980-1982
Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982

Graphique — 5

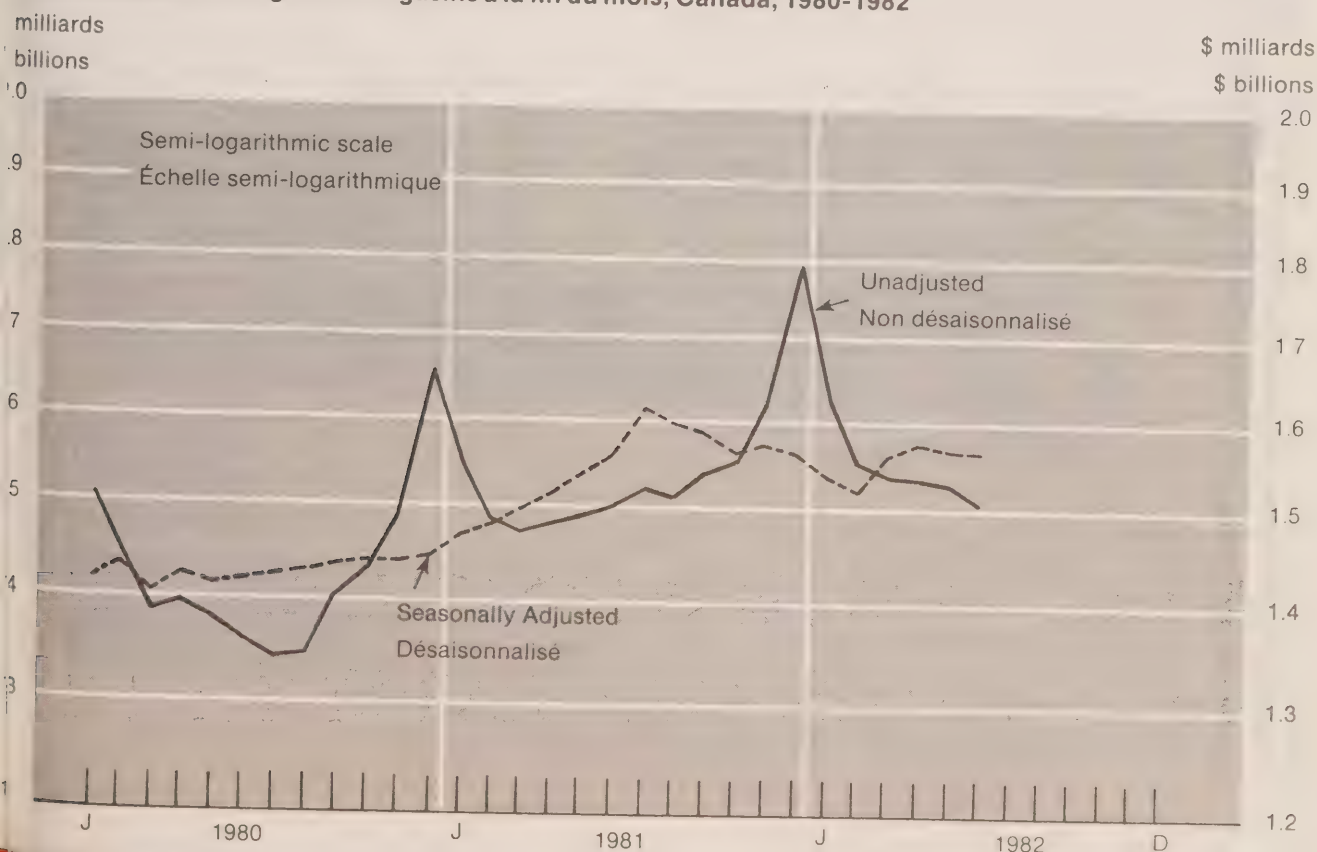
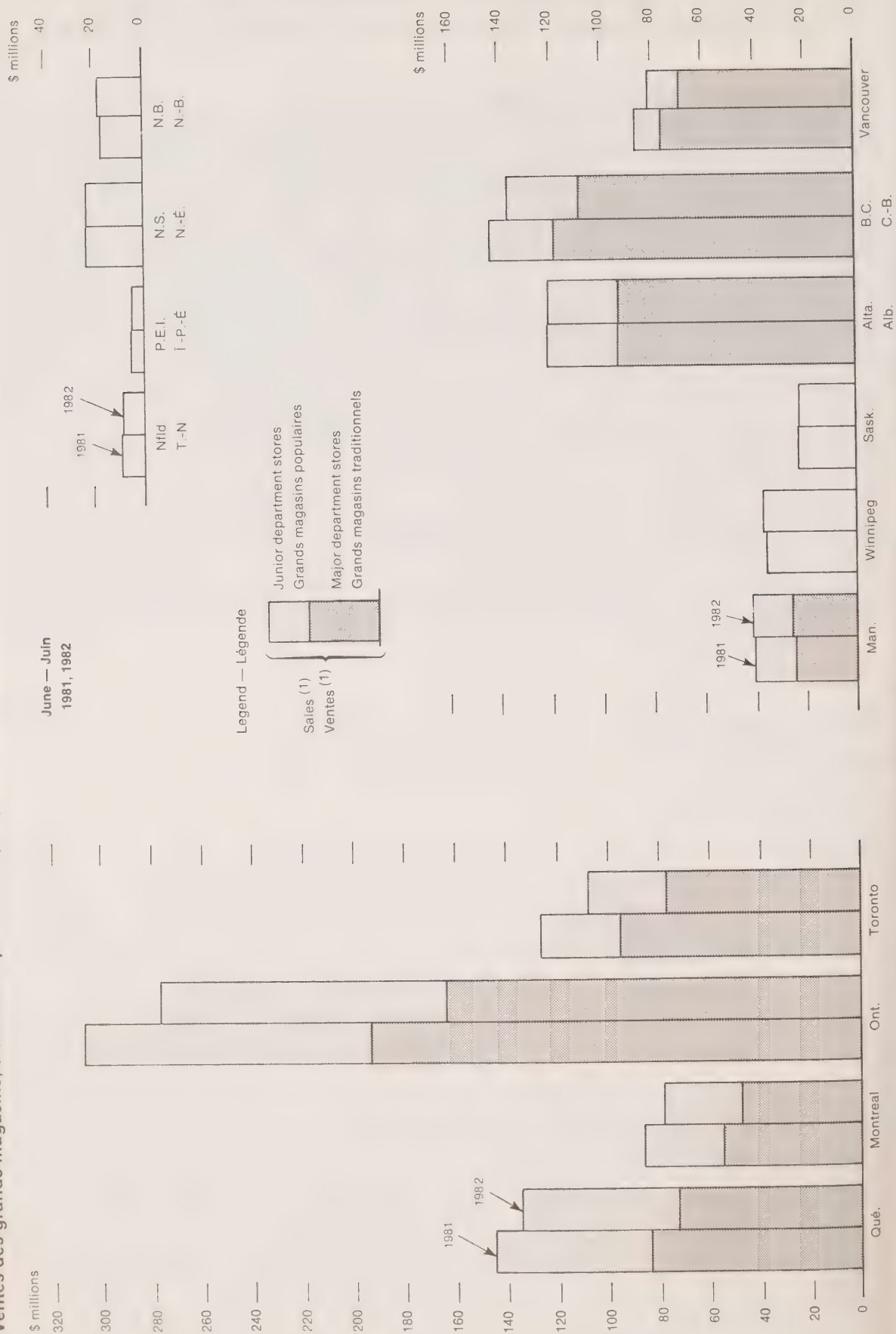


Chart — 6
Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization
Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations



HIGHLIGHTS

Unadjusted sales of Department stores in June, 1982, totalled \$790.7 million, 5.4% lower than the \$835.9 million reported for June, 1981. Of the twenty-two departments registering decreased sales, major appliances (- 37.2%), furniture (- 36.9%) and china and glassware (- 14.8%) were the departments that recorded the most notable decreases. Furs (+ 18.8%), boys' clothing and furnishings and repairs and services (both reporting + 9.9%) had the largest sales increases.

Major and junior department stores shared the total unadjusted sales with sales of \$498.6 million and \$292.2 million, respectively. Major department stores' sales decreased 9.2% from a year earlier while junior department stores' sales increased 1.8%.

Seasonally adjusted sales were 0.8% lower than the previous month and totalled \$843.9 million with 20 departments showing decreased sales ranging from - 18.9% in plumbing, heating and building materials to - 0.1% in lingerie and women's sleepwear, while linens and domestics (+ 13.6%) and TV, radio and music (+ 13.3%) showed the largest increases.

With the exception of New Brunswick (+ 5.0%) and Manitoba (+ 2.0%) every province recorded decreased sales compared to last year, ranging from - 9.9% in Ontario to - 0.2% in Alberta.

Cumulative sales reached \$4,266.0 million during the first six months of the year, down 2.0% from a year earlier.

The selling value of stocks held in June, 1982 was \$2,909.1 million, an increase of 8.0% over last year. Seasonally adjusted stocks increased by 6.1% and reached \$3,109.0 million.

796 department store locations were in operation in Canada during June, 2 more than May, 1982 and 38 more than June, 1981.

POINTS SAILLANTS

En juin 1982 les ventes non désaisonnalisées des grands magasins ont totalisé \$790.7 millions, soit 5.4% de moins que les \$835.9 millions rapportés pour juin 1981. Des vingt-deux rayons enregistrant des diminutions de ventes, les rayons des gros appareils ménagers (- 37.2%), des meubles (- 36.9%) et de porcelaine et verrerie (- 14.8%) ont été les rayons rapportant les baisses de ventes les plus notables. Les rayons des fourrures (+ 18.8%) de vêtements et articles d'habillement pour garçons et de service et travaux de réparation (les deux montrant + 9.9%) ont enregistré les accroissements les plus importants.

Les grands magasins traditionnels et populaires se sont répartis le total non ajusté des ventes avec respectivement \$498.6 millions et \$292.2 millions. Les ventes des grands magasins traditionnels ont diminué de 9.2% par rapport à l'année précédente alors que les ventes des grands magasins populaires se sont accrues de 1.8%.

Les ventes désaisonnalisées ont totalisé \$843.9 millions soit 0.8% inférieure à celles de l'année précédente. 20 rayons ont rapporté des baisses de vente variant de - 18.9% au rayon de matériel de plomberie, chauffage et construction à - 0.1% au rayon de lingerie et vêtements de nuit pour dames pendant que les rayons de literie et linge de maison (+ 13.6%) et de télévision, radio et musique (+ 13.3%) ont enregistré les plus fortes baisses.

À l'exception de Nouveau-Brunswick (+ 5.0%) et du Manitoba (+ 2.0%) toutes les provinces ont rapporté des diminutions de leurs ventes comparativement à l'année dernière, les baisses variant de - 9.9% en Ontario à - 0.2% en Alberta.

Les ventes cumulatives pour les six premiers mois de l'année ont atteint \$4,266.0 millions soit 2.0% de moins que l'an passé.

La valeur marchande des stocks détenus au cours du mois de juin 1982 s'est élevée à \$2,909.1 millions, soit 8.0% de plus qu'un an plus tôt. La valeur désaisonnalisée des stocks s'est accrue de 6.1% pour se chiffrer à \$3,109.0 millions.

796 points de vente des grands magasins ont été en opération au Canada durant le mois de juin, soit 2 de plus que le mois de mai 1982 et 38 de plus que le mois de juin 1981.

Total department store sales accounted for 9.4% of total retail trade in Canada, in June, 1982, down from the 10.1% recorded in June, 1981.

Les ventes totales des grands magasins ont contribué à 9.4% du total du commerce de détail au Canada en juin 1982 soit une baisse par rapport à 10.1% obtenu en juin 1981.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982

No.	Department	1982						1981	
		January	February	March	April	May	June	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	June	Juin	Juillet
		thousands of dollars milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,164	10,515	13,752	17,504	20,909	17,713	18,920	16,176
2	Women's and misses' coats and suits	10,424	9,982	14,248	14,442	7,239	5,514	5,641	6,968
3	Women's and misses' sportswear	25,164	29,081	39,553	46,006	50,966	43,691	45,732	40,102
4	Furs	4,191	3,399	2,942	682	584	600	505	1,373
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	15,429	15,318	19,462	24,022	21,728	19,975	19,912	20,064
6	Girls' and teenage girls' wear	7,450	9,932	15,209	16,916	15,631	13,812	14,266	12,514
7	Lingerie and women's sleepwear	8,947	10,269	12,327	15,114	16,169	14,963	15,125	14,883
8	Intimate apparel	6,663	6,620	8,473	9,821	10,002	9,781	10,016	9,121
9	Millinery	1,362	892	912	1,164	973	884	861	880
10	Women's and girls' hosiery	7,532	6,687	8,687	10,305	9,269	8,211	7,813	6,326
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	8,098	7,850	10,661	12,799	12,467	10,763	11,946	10,100
12	Women's, misses' and children's footwear	12,965	11,946	19,399	24,904	24,820	21,959	21,787	17,647
13	Men's clothing	22,428	20,974	31,839	32,873	31,956	34,822	35,446	25,607
14	Men's furnishings	21,340	20,470	26,494	30,679	32,116	41,477	40,929	28,538
15	Boys' clothing and furnishings	6,041	6,080	9,159	12,078	10,692	9,958	9,065	8,615
16	Men's and boys' footwear	9,287	7,882	11,630	16,039	15,822	15,145	15,587	11,922
17	Food and kindred products	48,298	56,337	50,655	59,920	57,659	49,657	48,421	48,828
18	Toiletries, cosmetics and drugs	33,472	33,602	38,125	41,291	40,212	40,368	37,746	37,578
19	Photographic equipment and supplies	9,033	7,960	9,824	11,189	11,046	13,690	14,265	13,638
20	Piece goods	3,866	3,848	4,921	4,760	4,558	4,016	4,476	3,600
21	Linens and domestics	23,688	14,543	18,188	19,863	20,828	24,776	23,721	26,971
22	Smallwares and notions	8,695	7,079	7,396	7,753	6,309	6,490	6,649	7,182
23	China and glassware	7,319	7,485	9,533	10,004	10,802	9,503	11,150	10,887
24	Floor coverings	9,052	9,638	11,828	11,862	11,299	11,557	12,783	12,872
25	Draperies, curtains and furniture coverings	9,524	9,312	13,646	14,957	14,608	15,864	16,259	16,972
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,078	5,584	7,019	6,800	7,122	7,098	7,786	8,524
27	Furniture	37,565	31,181	35,745	36,630	40,456	39,381	62,374	47,539
28	Major appliances	35,255	27,544	31,403	31,730	32,420	35,622	56,733	45,413
29	Television, radio and music	27,745	23,480	29,072	28,213	25,000	27,482	26,238	29,586
30	Housewares and small electrical appliances	22,897	25,215	24,140	29,542	31,997	30,992	31,318	31,439
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	21,155	20,257	20,568	26,286	35,716	30,751	31,872	26,987
32	Plumbing, heating and building materials	6,267	6,404	7,385	10,670	12,885	11,003	10,613	9,805
33	Jewellery	9,668	11,294	15,407	16,885	17,963	17,432	19,008	16,523
34	Toys and games	6,915	7,822	9,712	14,068	11,793	12,307	11,544	12,997
35	Sporting goods and luggage	19,872	16,080	21,002	28,150	35,060	36,356	35,210	30,782
36	Stationery, books and magazines	17,447	18,133	18,481	20,175	19,630	20,578	19,964	18,478
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	16,159	12,756	15,203	18,161	17,787	18,055	17,772	18,152
38	Meals and lunches	18,314	18,418	20,083	19,573	19,027	19,629	20,420	20,366
39	Repairs and services	6,410	6,319	7,739	7,850	7,350	7,135	6,494	6,465
40	All other departments	19,900	19,718	22,625	30,048	38,249	31,732	29,567	25,343
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	600,079	577,906	694,447	791,728	811,119	790,742	835,934	757,743

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1981					Change - Variation			
August	September	October	November	December	June/ May 1982	June 1982/1981	Rayon	
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juin/ mai 1982	Juin 1982/1981		
thousands of dollars					per cent			N°
milliers de dollars					pourcentage			
15,317	16,936	16,142	18,422	22,884	- 15.3	- 6.4	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
15,494	19,572	25,445	21,348	23,825	- 23.8	- 2.3	formes pour dames et jeunes filles	2
44,891	59,595	50,485	52,641	69,579	- 14.3	- 4.5	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	3
2,230	2,798	3,621	4,534	6,983	+ 2.7	+ 18.8	filles	4
23,446	24,474	25,353	25,821	36,141	- 8.1	+ 0.3	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	5
							Fourrures	
							Vêtements pour bébés et enfants et articles	
							de chambres d'enfants	
22,716	18,164	16,397	17,935	25,080	- 11.6	- 3.2	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
12,556	15,275	16,573	23,931	43,194	- 7.5	- 1.1	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
9,005	9,595	8,636	9,500	13,078	- 2.2	- 2.3	Sous-vêtements	8
896	1,473	2,140	3,123	4,010	- 9.1	+ 2.7	Chapeaux	9
7,371	10,671	10,951	10,687	15,610	- 11.4	+ 5.1	Bas pour dames et fillettes	10
11,465	16,622	16,610	21,370	35,269	- 13.7	- 9.9	Gants, moufles et articles de parure pour	11
22,092	28,658	28,312	26,357	31,285	- 11.5	+ 0.8	dames et fillettes	12
31,640	41,066	42,075	50,138	68,653	+ 9.0	- 1.8	Chaussures pour dames, jeunes filles et	13
28,001	36,211	37,555	56,257	100,910	+ 29.1	+ 1.3	enfants	14
16,358	11,823	11,728	13,650	22,276	- 6.9	+ 9.9	Vêtements pour hommes	15
							Articles d'habillement pour hommes	
							Vêtements et articles d'habillement pour	
							garçons	
14,047	17,229	17,180	17,883	23,428	- 4.3	- 2.8	Chaussures pour hommes et garçons	16
55,663	47,841	55,883	66,405	76,484	- 13.9	+ 2.6	Produits alimentaires et connexes	17
37,900	39,387	42,986	50,464	100,618	+ 0.4	+ 6.9	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
							caments	
14,569	12,616	12,975	16,610	32,243	+ 23.9	- 4.0	Appareils et fournitures photographiques	19
4,549	5,690	6,016	6,187	4,614	- 11.9	- 10.3	Tissus à la pièce	20
23,561	25,639	25,067	25,239	39,579	+ 19.0	+ 4.4	Literie et linge de maison	21
7,461	10,315	10,730	10,040	12,613	+ 2.9	- 2.4	Menus articles	22
9,777	11,956	11,195	18,302	36,117	- 12.0	- 14.8	Porcelaine et verrerie	23
11,386	12,251	14,107	13,977	12,290	+ 2.3	- 9.6	Revêtements de plancher	24
14,236	14,883	15,941	15,915	17,810	+ 8.6	- 2.4	Tentures, rideaux et housses	25
8,016	8,705	9,260	13,027	20,351	- 0.3	- 8.8	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
38,121	44,423	42,264	41,444	42,258	- 2.7	- 36.9	d'ameublement pour la maison	27
37,682	39,370	41,557	38,119	43,404	+ 9.9	- 37.2	Meubles	28
29,703	32,669	35,881	45,607	70,145	+ 9.9	+ 4.7	Gros appareils ménagers	29
30,838	29,300	34,345	42,506	75,242	- 3.1	- 1.0	Télévision, radio et musique	30
							Articles de ménage et petits appareils élec-	
							triques	
24,812	23,797	27,037	26,870	37,750	- 13.9	- 3.5	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
9,067	9,035	10,484	9,390	9,361	- 14.6	+ 3.7	etc.	32
17,329	22,176	19,318	33,420	67,772	- 3.0	- 8.3	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	33
12,622	12,222	21,265	47,726	76,866	+ 4.4	+ 6.6	truction	34
24,928	22,802	23,452	28,382	53,741	+ 3.7	+ 3.3	Bijouterie	35
							Jouets et jeux	
							Articles de sport et valises	
27,279	26,339	23,250	31,925	60,674	+ 4.8	+ 3.1	Papeterie, livres et revues	36
17,457	16,088	22,472	22,668	23,007	+ 1.5	+ 1.6	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
							réparation et fournitures	
20,788	20,406	21,913	23,161	30,894	+ 3.2	- 3.9	Repas et casse-croûtes	38
6,104	6,924	8,267	9,569	9,607	- 2.9	+ 9.9	Services et travaux de réparation	39
25,124	23,394	27,681	25,948	47,040	- 17.0	+ 7.3	Tous autres rayons	40
786,492	848,390	892,549	1,036,498	1,542,685	- 2.5	- 5.4	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982(1)

No.	Department	1982						1981
		January	February	March	April	May	June	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin
		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	14,163	15,946	15,838	15,911	16,231	15,349	16,158
2	Women's and misses' coats and suits	13,713	14,589	13,722	15,291	13,468	14,332	14,154
3	Women's and misses' sportswear	42,070	45,503	44,678	46,307	47,261	44,847	46,356
4	Furs	2,389	2,941	4,384	2,604	3,162	3,488	3,139
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	22,067	22,678	22,795	23,779	23,874	22,732	23,029
6	Girls' and teenage girls' wear	14,602	16,246	16,660	16,753	17,207	15,841	16,346
7	Lingerie and women's sleepwear	16,658	17,529	16,733	17,974	16,836	16,814	16,843
8	Intimate apparel	8,521	9,448	9,088	9,144	9,376	8,722	9,125
9	Millinery	1,664	1,607	1,584	1,583	1,522	1,453	1,429
10	Women's and girls' hosiery	9,274	9,193	9,425	9,661	9,500	9,714	9,109
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	13,903	13,671	13,835	14,717	13,925	13,115	14,640
12	Women's, misses' and children's footwear	21,301	21,664	21,554	22,704	23,783	23,110	22,915
13	Men's clothing	35,418	35,391	34,313	35,512	36,875	36,349	36,711
14	Men's furnishings	36,817	37,638	38,181	39,262	40,876	39,971	39,097
15	Boys' clothing and furnishings	11,118	11,247	10,789	12,301	12,447	12,548	11,234
16	Men's and boys' footwear	14,921	13,474	13,625	14,450	15,996	14,674	15,042
17	Food and kindred products	57,722	58,254	54,223	56,448	56,495	56,021	54,213
18	Toiletries, cosmetics and drugs	43,859	44,698	45,338	45,365	44,189	46,133	42,985
19	Photographic equipment and supplies	12,906	13,437	13,472	13,704	13,040	13,889	14,521
20	Piece goods	4,540	4,496	4,513	4,409	4,368	4,113	4,899
21	Linens and domestics	23,374	23,461	23,599	23,526	23,266	23,439	23,237
22	Smallwares and notions	8,137	8,370	8,061	8,302	8,122	8,442	8,471
23	China and glassware	11,040	12,597	13,004	12,887	12,285	11,364	13,513
24	Floor coverings	11,128	11,772	12,050	12,001	11,282	12,066	13,772
25	Draperies, curtains and furniture coverings	12,506	13,689	14,722	13,886	14,394	13,986	15,317
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8,332	8,446	8,456	7,763	8,664	8,443	9,708
27	Furniture	35,723	41,685	37,845	40,178	38,347	39,123	42,346
28	Major appliances	36,745	39,250	34,912	35,244	31,988	36,117	36,182
29	Television, radio and music	31,672	33,566	34,122	36,254	33,320	36,041	36,742
30	Housewares and small electrical appliances	33,891	35,473	31,982	34,347	33,158	36,612	36,887
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	29,427	30,240	25,797	24,649	29,510	31,188	28,065
32	Plumbing, heating and building materials	8,621	9,208	8,680	9,536	10,723	8,697	8,797
33	Jewellery	20,439	21,516	22,048	21,046	20,450	21,546	21,580
34	Toys and games	20,232	20,704	19,644	21,054	19,544	21,342	19,281
35	Sporting goods and luggage	27,541	28,343	29,584	27,496	30,811	28,399	29,387
36	Stationery, books and magazines	23,204	26,300	24,443	25,473	24,080	23,114	23,344
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	21,234	18,706	17,672	17,013	18,262	17,339	17,488
38	Meals and lunches	21,392	23,043	21,027	20,530	20,045	21,111	21,213
39	Repairs and services	7,458	8,046	8,330	8,579	7,923	7,111	7,241
40	All other departments	28,491	29,121	26,756	26,296	28,410	26,153	26,200
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	814,939	856,240	822,512	842,892	850,497	843,908	891,988

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1981 et 1982(1)

1981						Change - Variation			
July	August	September	October	November	December	June/ May 1982		Rayon	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juin/ mai 1982			
thousands of dollars									N°
milliers de dollars						per cent			
						pourcentage			
16,804	16,483	16,500	16,451	18,011	16,247	- 5.4		Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
14,736	14,773	14,888	15,387	14,482	14,861	- 1.0		formes pour dames et jeunes filles	
45,759	46,103	47,500	47,015	47,204	46,188	- 6.2		Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
2,764	2,360	2,608	2,958	2,618	3,012	+ 10.3		filles	
22,347	22,212	21,831	22,050	22,652	22,649	- 4.8		Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
								Fourrures	4
								Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
								de chambres d'enfants	
15,729	16,203	15,655	15,555	15,744	15,772	- 7.9		Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
16,673	16,778	16,868	17,074	17,562	16,980	- 0.1		Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
8,986	9,281	9,162	9,363	9,907	9,518	- 7.0		Sous-vêtements	8
1,391	1,474	1,593	1,494	1,582	1,622	- 4.5		Chapeaux	9
8,983	8,981	9,248	9,319	9,456	9,463	+ 2.3		Bas pour dames et fillettes	10
14,543	15,201	15,647	15,444	14,769	14,421	- 6.5		Gants, moufles et articles de parure pour	11
23,308	22,490	22,486	22,325	22,310	22,793	- 2.8		dames et fillettes	
36,221	37,741	37,343	36,231	36,586	36,127	- 1.4		Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
37,697	38,125	39,109	38,334	38,239	37,597	- 2.2		enfants	
11,183	11,463	11,321	11,060	11,574	11,623	+ 0.8		Vêtements pour hommes	13
								Articles d'habillement pour hommes	14
								Vêtements et articles d'habillement pour	15
								garçons	
14,325	15,435	15,104	15,010	15,293	14,691	- 8.3		Chaussures pour hommes et garçons	16
54,427	55,728	54,805	56,008	58,608	55,417	- 0.8		Produits alimentaires et connexes	17
42,816	43,629	44,527	44,308	45,253	45,403	+ 4.4		Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
13,524	14,639	13,981	14,279	14,757	13,570	+ 6.5		caments	
4,772	4,962	4,922	4,927	5,461	4,779	+ 1.0		Appareils et fournitures photographiques	19
								Tissus à la pièce	20
24,538	24,306	23,229	24,028	23,785	24,195	+ 13.6		Literie et linge de maison	21
8,591	8,821	8,870	9,146	8,634	8,409	+ 3.9		Menus articles	22
13,128	12,413	12,688	13,012	13,302	13,203	- 8.3		Porcelaine et verrerie	23
12,718	12,320	11,762	11,513	11,714	11,844	+ 6.9		Revêtements de plancher	24
15,331	15,056	14,221	14,297	14,748	15,093	+ 4.1		Tentures, rideaux et housses	25
9,764	9,264	9,023	9,191	9,561	9,227	+ 2.1		Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
39,746	38,076	41,864	41,131	41,434	42,581	+ 2.0		d'ameublement pour la maison	
37,315	36,616	35,701	38,662	38,521	39,495	+ 10.1		Meubles	27
34,453	33,152	29,713	33,400	35,337	33,219	+ 13.3		Gros appareils ménagers	28
32,603	33,939	32,045	36,572	35,479	34,190	+ 4.4		Télévision, radio et musique	29
								Articles de ménage et petits appareils élec-	30
								triques	
27,708	27,133	24,926	24,176	26,263	26,943	- 7.5		Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
8,789	9,785	8,816	9,412	9,655	9,496	- 18.9		etc.	
22,019	22,676	23,086	22,738	24,391	22,034	+ 0.6		Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
20,041	21,092	20,683	20,450	21,067	20,522	+ 10.2		truction	
28,000	28,756	28,118	27,663	27,072	27,918	- 1.8		Bijouterie	33
								Jouets et jeux	34
								Articles de sport et valises	35
24,543	25,556	25,212	25,706	25,325	26,059	+ 5.5		Papeterie, livres et revues	36
18,017	19,160	17,841	18,370	18,508	16,870	- 2.9		Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
20,811	20,864	21,221	21,118	21,225	21,341	+ 1.3		réparation et fournitures	
7,103	6,934	6,989	7,168	7,306	7,251	- 10.2		Repas et casse-croûtes	38
26,485	27,621	28,528	28,812	28,477	29,675	+ 1.2		Services et travaux de réparation	39
								Tous autres rayons	40
842,770	848,742	839,130	845,669	866,384	851,917	- 0.8		TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982

Province	1982						1981	
	January	February	March	April	May	June	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	5,603	5,825	7,660	9,298	10,060	9,668	9,712	8,712
2 Prince Edward Island	3,311	2,956	3,744	4,285	4,446	4,797	4,973	5,300
3 Nova Scotia	12,967	13,146	16,382	20,455	20,369	20,303	20,309	18,840
4 New Brunswick	10,210	10,191	13,040	16,625	17,813	17,440	16,612	14,780
5 Quebec	106,158	98,370	118,529	145,086	151,798	135,809	145,497	136,090
6 Ontario	209,112	204,722	241,668	275,573	289,219	277,394	307,791	258,620
7 Manitoba	28,921	29,484	37,860	43,247	43,038	40,902	40,104	39,780
8 Saskatchewan	15,630	15,984	19,564	22,876	23,277	22,476	22,475	21,180
9 Alberta	94,682	89,528	107,825	118,352	117,905	121,211	121,475	113,750
10 British Columbia	111,571	105,658	125,556	133,329	130,256	137,522	143,632	137,560
11 Yukon and Northwest Territories	1,913	2,042	2,620	2,602	2,938	3,220	3,355	3,080
12 CANADA	600,079	577,906	694,447	791,728	811,119	790,742	835,934	757,740

TABLE 4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

Selected metropolitan areas	1982						1981	
	January	February	March	April	May	June	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	39,359	36,626	44,827	47,244	46,836	48,110	48,673	46,250
2 Edmonton	41,843	39,763	47,049	54,107	53,478	54,215	54,652	50,400
3 Halifax-Dartmouth	7,230	7,259	8,677	11,094	10,412	10,004	10,114	9,200
4 Hamilton	15,392	15,603	18,213	21,081	21,650	20,474	22,907	18,800
5 Montreal	65,774	60,945	72,444	89,467	89,527	79,362	87,708	82,700
6 Ottawa-Hull	23,619	22,154	28,777	33,061	34,977	32,654	32,949	28,600
7 Quebec City	13,736	12,624	15,388	18,963	21,038	19,196	19,719	17,900
8 Toronto	87,801	86,224	99,286	109,794	112,200	109,463	126,725	104,600
9 Vancouver	68,830	64,243	76,470	79,239	78,330	80,407	86,143	81,400
10 Winnipeg	26,332	26,800	34,351	39,272	38,966	36,918	35,752	35,800

TABLEAU 3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1981 et 1982

1981					Change - Variation		
August	September	October	November	December	June/ May 1982	June 1982/1981	Province
août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juin/ Mai 1982	Juin 1982/1981	
Thousands of dollars - milliers de dollars							
10,385	9,526	10,454	13,146	19,400	- 3.9	- 0.5	Terre-Neuve
4,949	4,808	4,488	5,360	8,511	+ 7.9	- 3.5	Ile-du-Prince-Édouard
20,934	19,599	21,763	29,060	45,534	- 0.3	--	Nouvelle-Écosse
16,560	16,995	18,438	23,618	34,022	- 2.1	+ 5.0	Nouveau-Brunswick
43,954	146,869	159,355	176,644	264,152	- 10.5	- 6.7	Québec
67,875	301,967	312,584	364,788	562,418	- 4.1	- 9.9	Ontario
38,840	44,651	45,423	54,511	76,621	- 5.0	+ 2.0	Manitoba
21,490	22,636	25,556	30,263	42,556	- 3.4	--	Saskatchewan
21,743	125,211	139,365	157,178	225,573	+ 2.8	- 0.2	Alberta
6,600	152,884	152,058	178,945	258,846	+ 5.6	- 4.3	Colombie-Britannique
3,162	3,245	3,066	2,985	5,051	+ 9.6	- 4.0	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest
6,492	848,390	892,549	1,036,498	1,542,685	- 2.5	- 5.4	CANADA

TABLEAU 4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

31

Change - Variation							
August	September	October	November	December	June/ May 1982	June 1982/1981	Certaines zones métropolitaines
août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juin/ Mai 1982	Juin 1982/1981	
Thousands of dollars - milliers de dollars							
1,821	49,378	56,693	63,228	89,664	+ 2.7	- 1.2	Calgary
1,143	57,815	62,114	70,665	99,620	+ 1.4	- 0.8	Edmonton
1,442	10,742	11,559	15,462	23,066	- 3.9	- 1.1	Halifax-Dartmouth
1,989	21,865	23,744	28,107	44,600	- 5.4	- 10.6	Hamilton
1,941	92,978	99,570	110,756	165,309	- 11.4	- 9.5	Montréal
1,424	34,146	36,377	40,670	58,686	- 6.6	- 0.9	Ottawa-Hull
1,051	18,120	20,270	23,288	31,381	- 8.8	- 2.7	Ville de Québec
1,560	126,829	126,385	147,324	230,396	- 2.4	- 13.6	Toronto
1,527	92,584	91,004	109,284	153,147	+ 2.7	- 6.7	Vancouver
1,713	40,651	41,004	49,523	68,668	- 5.3	+ 3.3	Winnipeg

TABLE 5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982

Province	1982						1981	
	January	February	March	April	May	June	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin	Juill
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	x	x	x	x	x	x	x	x
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	61,088	56,009	68,858	81,067	83,063	73,948	84,375	77,33
6 Ontario	130,523	129,584	151,871	166,003	169,784	164,109	194,064	154,46
7 Manitoba	20,017	19,818	26,132	28,201	26,829	26,205	25,561	25,50
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	77,514	71,402	87,310	92,714	89,415	94,099	94,115	87,71
10 British Columbia	93,499	88,188	105,361	107,860	104,021	109,380	118,858	112,65
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	404,404	386,451	467,207	506,180	504,670	498,570	548,803	485,85

TABLE 6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

Selected metropolitan areas	1982						1981	
	January	February	March	April	May	June	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin	Juill
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	32,084	29,114	36,656	36,650	35,223	37,456	37,187	35,35
2 Edmonton	35,423	32,890	39,084	43,953	42,105	43,381	43,779	40,18
3 Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x	x
4 Hamilton	11,871	11,943	13,875	15,936	16,165	15,114	17,005	13,55
5 Montreal	42,242	39,667	48,192	56,661	55,322	48,659	55,979	52,71
6 Ottawa-Hull	15,821	14,639	19,329	19,953	22,267	21,006	22,113	18,61
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	65,495	65,256	74,976	80,710	80,223	78,069	95,110	76,61
9 Vancouver	61,670	57,641	68,857	69,932	68,830	69,984	76,333	71,61
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982

1981		Change - Variation						
August	September	October	November	December	June/ May 1982	June 1982/1981	Province	
août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juin/ Mai 1982	Juin 1982/1981		
Thousands of dollars - milliers de dollars								No
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Ile-du-Prince-Édouard	2
x	x	x	x	x	x	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
10,484	87,883	93,970	105,163	145,632	- 11.0	- 12.4	Québec	5
9,909	192,188	194,859	228,634	333,761	- 3.3	- 15.4	Ontario	6
4,519	31,428	30,351	36,915	48,918	- 2.3	+ 2.5	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
2,529	100,448	111,293	125,097	175,029	+ 5.2	--	Alberta	9
2,025	128,795	125,728	146,917	207,453	+ 5.2	- 8.0	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
9,216	575,366	591,596	686,067	972,086	- 1.2	- 9.2	CANADA	12

TABLEAU 6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

[illegible]

TABLE 7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982

Province	1982						1981	
	January	February	March	April	May	June	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin	Juillet
	thousands of dollars - milliers de dollars							
No.								
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	
3 Nova Scotia	x	x	x	x	x	x	x	
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	
5 Quebec	45,070	42,360	49,671	64,018	68,736	61,861	61,122	58,76
6 Ontario	78,589	75,138	89,797	109,569	119,435	113,290	113,727	104,16
7 Manitoba	8,905	9,666	11,727	15,046	16,208	14,697	14,544	14,27
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	
9 Alberta	17,168	18,126	20,516	25,639	28,490	27,112	27,359	26,04
10 British Columbia	18,072	17,470	20,195	25,468	26,234	28,142	24,774	24,91
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	
12 CANADA	195,675	191,455	227,240	285,547	306,449	292,172	287,131	271,94

TABLE 8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

Selected metropolitan areas	1982						1981	
	January	February	March	April	May	June	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin	Juillet
	thousands of dollars - milliers de dollars							
No.								
1 Calgary	7,274	7,513	8,171	10,894	11,613	10,654	11,486	10,90
2 Edmonton	6,420	6,874	7,965	10,154	11,373	10,834	10,873	10,24
3 Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x	
4 Hamilton	3,521	3,661	4,337	5,146	5,485	5,360	5,902	5,23
5 Montreal	23,532	21,278	24,251	32,806	34,205	30,704	31,729	30,01
6 Ottawa-Hull	7,798	7,515	9,449	13,108	12,711	11,648	10,835	9,92
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x	
8 Toronto	22,306	20,968	24,310	29,084	31,978	31,394	31,616	27,92
9 Vancouver	7,160	6,602	7,613	9,307	9,500	10,423	9,810	9,71
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x	

TABEAU 7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982

1981								Change - Variation	
August	September	October	November	December	June/ May 1982	June 1982/1981	Province		
août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juin/ Mai 1982	Juin 1982/1981			
Thousands of dollars - milliers de dollars								Nº	
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve		1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard		2
x	x	x	x	x	x	x	Nouvelle-Écosse		3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick		4
63,470	58,986	65,385	71,481	118,520	- 10.0	+ 1.2	Québec		5
37,967	109,779	117,725	136,152	228,657	- 5.1	- 0.4	Ontario		6
14,320	13,224	15,072	17,596	27,703	- 9.3	+ 1.1	Manitoba		7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan		8
9,213	24,763	28,071	32,081	50,544	- 4.8	- 0.9	Alberta		9
4,575	24,089	26,330	32,028	51,393	+ 7.3	+ 13.6	Colombie-Britannique		10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest		11
7,276	273,024	300,954	350,430	570,598	- 4.7	+ 1.8	CANADA		12

TABEAU 8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1981								Change - Variation	
August	September	October	November	December	June/ May 1982	June 1982/1981	Certaines zones métropolitaines		
août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juin/ Mai 1982	Juin 1982/1981			
Thousands of dollars - milliers de dollars								Nº	
790	9,744	11,197	12,147	19,169	- 8.3	- 7.2	Calgary		1
089	10,091	11,159	12,963	20,212	- 4.7	- 0.4	Edmonton		2
x	x	x	x	x	x	x	Halifax-Dartmouth		3
789	5,020	5,499	6,814	11,880	- 2.3	- 9.2	Hamilton		4
090	30,463	33,871	35,876	60,079	- 10.2	- 3.2	Montréal		5
014	11,318	11,855	13,920	21,689	- 8.4	+ 7.5	Ottawa-Hull		6
x	x	x	x	x	x	x	Ville de Québec		7
946	29,853	32,614	36,694	63,646	- 1.8	- 0.7	Toronto		8
589	9,499	10,179	11,412	19,015	+ 9.7	+ 6.2	Vancouver		9
x	x	x	x	x	x	x	Winnipeg		10

TABLE 9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982

Province	1982						1981
	January	February	March	April	May	June	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	15	14	14	14	14	14	15
2 Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7	7
3 Nova Scotia	30	30	30	30	30	30	30
4 New Brunswick	27	26	26	26	26	26	26
5 Quebec	163	163	164	164	164	164	160
6 Ontario	294	294	296	297	297	298	286
7 Manitoba	37	37	38	38	38	38	37
8 Saskatchewan	26	26	26	27	28	28	26
9 Alberta	82	82	82	82	82	82	68
10 British Columbia	99	98	98	100	101	102	96
11 Yukon and Northwest Territories	7	7	7	7	7	7	7
12 CANADA	787	784	788	792	794	796	758

TABLE 10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

Selected metropolitan areas	1982						1981
	January	February	March	April	May	June	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin
No.	number - nombre						
1 Calgary	27	27	27	27	27	27	22
2 Edmonton	31	31	31	31	31	31	24
3 Halifax-Dartmouth	11	11	11	11	11	11	11
4 Hamilton	24	24	24	24	24	24	22
5 Montreal	80	80	80	80	80	80	80
6 Ottawa-Hull	31	31	31	31	31	31	30
7 Quebec City	17	17	17	17	17	17	17
8 Toronto	86	86	87	88	88	89	86
9 Vancouver	40	39	39	39	39	40	41
10 Winnipeg	29	29	30	30	30	30	29

TABEAU 9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1981 et 1982

1981							N ^o
July	August	September	October	November	December	Province	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
Number - nombre							
15	15	15	15	15	15	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
30	30	30	30	30	30	Nouvelle-Écosse	3
26	27	27	27	27	27	Nouveau-Brunswick	4
160	162	159	160	163	163	Québec	5
86	291	291	292	294	294	Ontario	6
37	37	37	37	37	37	Manitoba	7
25	26	27	26	26	26	Saskatchewan	8
57	72	80	80	82	82	Alberta	9
96	96	96	97	99	99	Colombie-Britannique	10
7	7	7	7	7	7	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
76	770	776	778	787	787	CANADA	12

TABEAU 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1981							N ^o
July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
Number - nombre							
26	27	27	27	27	27	Calgary	1
27	30	30	30	31	31	Edmonton	2
11	11	11	11	11	11	Halifax-Dartmouth	3
24	24	24	24	24	24	Hamilton	4
80	80	80	80	80	80	Montréal	5
31	31	31	31	31	31	Ottawa-Hull	6
19	15	15	15	17	17	Ville de Québec	7
85	85	85	85	86	86	Toronto	8
40	40	40	40	40	40	Vancouver	9
29	29	29	29	29	29	Winnipeg	10

TABLE 11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982

Province	1982						1981
	January	February	March	April	May	June	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin
	number - nombre						No.
1 Newfoundland	9	8	8	8	8	8	9
2 Prince Edward Island	3	3	3	3	3	3	3
3 Nova Scotia	5	5	5	5	5	5	5
4 New Brunswick	6	6	6	6	6	6	6
5 Quebec	58	58	58	58	58	58	60
6 Ontario	110	110	111	112	112	113	108
7 Manitoba	18	18	18	18	18	18	18
8 Saskatchewan	14	14	14	14	15	15	14
9 Alberta	51	51	51	51	51	51	41
10 British Columbia	59	59	59	60	61	61	60
11 Yukon and Northwest Territories	6	6	6	6	6	6	6
12 CANADA	339	338	339	341	343	344	330

TABLE 12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

Selected metropolitan areas	1982						1981
	January	February	March	April	May	June	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin
	number - nombre						No.
1 Calgary	15	15	15	15	15	15	11
2 Edmonton	19	19	19	19	19	19	14
3 Halifax-Dartmouth	4	4	4	4	4	4	4
4 Hamilton	15	15	15	15	15	15	13
5 Montreal	32	32	32	32	32	32	32
6 Ottawa-Hull	13	13	13	13	13	13	13
7 Quebec City	6	6	6	6	6	6	8
8 Toronto	40	40	41	42	42	42	40
9 Vancouver	26	26	26	26	26	26	26
10 Winnipeg	13	13	13	13	13	13	13

TABLEAU 11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982

1981							
July	August	September	October	November	December	Province	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							N ^o
9	9	9	9	9	9	Terre-Neuve	1
3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard	2
5	5	5	5	5	5	Nouvelle-Écosse	3
6	6	6	6	6	6	Nouveau-Brunswick	4
60	61	58	58	58	58	Québec	5
08	110	110	110	110	110	Ontario	6
18	18	18	18	18	18	Manitoba	7
13	14	15	14	14	14	Saskatchewan	8
40	45	50	50	51	51	Alberta	9
50	60	59	59	59	59	Colombie-Britannique	10
6	6	6	6	6	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
28	337	339	338	339	339	CANADA	12

TABLEAU 12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1981							
July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
Number - nombre						Nº	
14	15	15	15	15	15	Calgary	1
16	19	19	19	19	19	Edmonton	2
4	4	4	4	4	4	Halifax-Dartmouth	3
15	15	15	15	15	15	Hamilton	4
32	32	32	32	32	32	Montréal	5
13	13	13	13	13	13	Ottawa-Hull	6
10	6	6	6	6	6	Ville de Québec	7
40	40	40	40	40	40	Toronto	8
26	26	26	26	26	26	Vancouver	9
13	13	13	13	13	13	Winnipeg	10

TABLE 13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982

Province	1982						1981
	January	February	March	April	May	June	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin
	number - nombre						
No.							
1 Newfoundland	6	6	6	6	6	6	6
2 Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4	4
3 Nova Scotia	25	25	25	25	25	25	25
4 New Brunswick	21	20	20	20	20	20	20
5 Quebec	105	105	106	106	106	106	100
6 Ontario	184	184	185	185	185	185	178
7 Manitoba	19	19	20	20	20	20	19
8 Saskatchewan	12	12	12	13	13	13	12
9 Alberta	31	31	31	31	31	31	27
10 British Columbia	40	39	39	40	40	41	36
11 Yukon and Northwest Territories	1	1	1	1	1	1	1
12 CANADA	448	446	449	451	451	452	428

TABLE 14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

Selected metropolitan areas	1982						1981
	January	February	March	April	May	June	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin
	number - nombre						
No.							
1 Calgary	12	12	12	12	12	12	11
2 Edmonton	12	12	12	12	12	12	10
3 Halifax-Dartmouth	7	7	7	7	7	7	7
4 Hamilton	9	9	9	9	9	9	9
5 Montreal	48	48	48	48	48	48	48
6 Ottawa-Hull	18	18	18	18	18	18	17
7 Quebec City	11	11	11	11	11	11	9
8 Toronto	46	46	46	46	46	47	44
9 Vancouver	14	13	13	13	13	14	14
10 Winnipeg	16	16	17	17	17	17	16

TABLEAU 13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982

1981							
July	August	September	October	November	December	Province	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
Number - nombre							N°
6	6	6	6	6	6	Terre-Neuve	1
4	4	4	4	4	4	Île-du-Prince-Édouard	2
25	25	25	25	25	25	Nouvelle-Écosse	3
20	21	21	21	21	21	Nouveau-Brunswick	4
100	101	101	102	105	105	Québec	5
78	181	181	182	184	184	Ontario	6
19	19	19	19	19	19	Manitoba	7
12	12	12	12	12	12	Saskatchewan	8
27	27	30	30	31	31	Alberta	9
36	36	37	38	40	40	Colombie-Britannique	10
1	1	1	1	1	1	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
8	433	437	440	448	448	CANADA	12

TABLEAU 14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1981							
July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	
juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
Number - nombre							
	12	12	12	12	12	Calgary	1
	11	11	11	12	12	Edmonton	2
	7	7	7	7	7	Halifax-Dartmouth	3
	9	9	9	9	9	Hamilton	4
	48	48	48	48	48	Montréal	5
	18	18	18	18	18	Ottawa-Hull	6
	9	9	9	11	11	Ville de Québec	7
	45	45	45	46	46	Toronto	8
	14	14	14	14	14	Vancouver	9
	16	16	16	16	16	Winnipeg	10

TABLE 15. Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982
January-June

TABEAU 15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982
Janvier-juin

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1982 1981	
		1981 ^F	1982	Variation 1982/1981	
		thousands of dollars		per cent	
		milliers de dollars		pourcentage	
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	92,664	88,557	- 4.4	
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	65,399	61,849	- 5.4	
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sport pour dames et jeunes filles	233,990	234,461	+ 0.2	
4	Furs - Fourrures	11,081	12,398	+ 11.9	
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	110,089	115,934	+ 5.3	
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	77,684	78,950	+ 1.6	
7	Lingerie and women's sleeperwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	75,451	77,789	+ 3.1	
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	52,134	51,360	- 1.5	
9	Millinery - Chapeaux	5,578	6,187	+ 10.9	
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	48,521	50,691	+ 4.5	
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	65,647	62,638	- 4.6	
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	118,436	115,993	- 2.1	
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	179,445	174,892	- 2.5	
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	167,246	172,576	+ 3.2	
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habille- ment pour garçons	51,797	54,008	+ 4.3	
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	78,262	75,805	- 3.1	
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	307,174	322,526	+ 5.0	
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	212,584	227,070	+ 6.8	
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	64,588	62,742	- 2.9	
20	Piece goods - Tissus à la pièce	30,287	25,969	- 14.3	
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	123,493	121,886	- 1.3	
22	Smallwares and notions - Menus articles	45,875	43,722	- 4.7	
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	58,031	54,646	- 5.8	
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	73,615	65,236	- 11.4	
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	81,338	77,911	- 4.2	
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	44,563	39,701	- 10.9	
27	Furniture - Meubles	285,862	220,958	- 22.7	
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	246,060	193,974	- 21.2	
29	Television, radio and music - Télévision, radio et musique	158,318	160,992	+ 1.7	
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	163,470	164,783	+ 0.8	
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	154,518	154,733	+ 0.1	
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	53,573	54,614	+ 1.9	
33	Jewellery - Bijouterie	93,250	88,649	- 4.9	
34	Toys and games - Jouets et jeux	60,085	62,617	+ 4.2	
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	153,421	156,520	+ 2.0	
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	111,790	114,444	+ 2.4	
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	93,168	98,121	+ 5.3	
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	114,160	115,044	+ 0.8	
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	34,884	42,803	+ 22.7	
40	All other departments - Tous autres rayons	156,185	162,272	+ 3.9	
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	4,353,716	4,266,021	- 2.0	

TABLE 16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982
January-June

TABLEAU 16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1981 et 1982
Janvier-juin

Province	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	47,918	48,114	+ 0.4
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	23,344	23,539	+ 0.8
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	100,483	103,622	+ 3.1
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	83,191	85,319	+ 2.6
Québec	781,890	755,750	- 3.3
Ontario	1,529,152	1,497,688	- 2.1
Manitoba	217,520	223,452	+ 2.7
Saskatchewan	124,290	119,807	- 3.6
Alberta	638,503	649,503	+ 1.7
British Columbia - Colombie-Britannique	792,345	743,892	- 6.1
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	15,084	15,335	+ 1.7
CANADA	4,353,716	4,266,021	- 2.0

TABLE 17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982
January-June

TABLEAU 17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines,
1981 et 1982
Janvier-juin

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	255,346	263,002	+ 3.0
Edmonton	295,358	290,455	- 1.7
Halifax-Dartmouth	52,307	54,676	+ 4.5
Hamilton	115,738	112,413	- 2.9
Montréal	479,908	457,519	- 4.7
Ottawa-Hull	167,881	175,242	+ 4.4
Quebec City - Ville de Québec	103,933	100,945	- 2.9
Toronto	630,735	604,768	- 4.1
Vancouver	485,858	447,519	- 7.9
Winnipeg	196,560	202,639	+ 3.1

TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982
January-June

TABLEAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982
Janvier-juin

Province	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	x	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	453,046	424,033	- 6.4
Ontario	965,609	911,874	- 5.6
Manitoba	143,271	147,202	+ 2.7
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	503,262	512,454	+ 1.8
British Columbia - Colombie-Britannique	663,732	608,309	- 8.4
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	2,898,862	2,767,482	- 4.5

TABLE 19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982
January-June

TABLEAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982
Janvier-juin

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	200,382	207,183	+ 3.4
Edmonton	241,090	236,836	- 1.8
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	86,274	84,904	- 1.6
Montréal	310,219	290,743	- 6.3
Ottawa-Hull	111,978	113,015	+ 0.9
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	478,563	444,729	- 7.1
Vancouver	433,546	396,914	- 8.4
Winnipeg	x	x	x

TABLE 20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982
January-June

TABLEAU 20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982
Janvier-juin

Province	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	x	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	328,845	331,716	+ 0.9
Ontario	563,543	585,818	+ 4.0
Manitoba	74,250	76,249	+ 2.7
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	135,241	137,051	+ 1.3
British Columbia - Colombie-Britannique	128,612	135,581	+ 5.4
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	1,454,853	1,498,538	+ 3.0

TABLE 21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982
January-June

TABLEAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines,
1981 et 1982
Janvier-juin

Selected metropolitan areas Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	54,964	56,119	+ 2.1
Edmonton	54,269	53,620	- 1.2
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	29,464	27,510	- 6.6
Montréal	169,690	166,776	- 1.7
Ottawa-Hull	55,900	62,229	+ 11.3
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	152,174	160,040	+ 5.2
Vancouver	52,312	50,605	- 3.3
Winnipeg	x	x	x

TABLE 22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981 and 1982

TABLEAU 22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981 et 1982

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution
	'000	%	'000	%	'000	%
1981:						
January - Janvier	643,821	100.0	442,269	68.7	201,552	31.3
February - Février	568,767	100.0	381,684	67.1	187,082	32.9
March - Mars	688,718	100.0	471,588	68.5	217,130	31.5
April - Avril	793,595	100.0	521,698	65.7	271,897	34.3
May - Mai	822,881	100.0	532,820	64.8	290,061	35.2
June - Juin	835,934	100.0	548,803	65.7	287,131	34.3
July - Juillet	757,743	100.0	485,895	64.1	271,848	35.9
August - Août	786,492	100.0	499,216	63.5	287,276	36.5
September - Septembre	848,390	100.0	575,366	67.8	273,024	32.2
October - Octobre	892,549	100.0	591,596	66.3	300,954	33.7
November - Novembre	1,036,498	100.0	686,067	66.2	350,430	33.8
December - Décembre	1,542,685	100.0	972,086	63.0	570,598	37.0
Year - Année	10,218,073	100.0	6,709,088	65.7	3,508,983	34.3
1982:						
January - Janvier	600,079	100.0	404,404	67.4	195,675	32.6
February - Février	577,906	100.0	386,451	66.9	191,455	33.1
March - Mars	694,447	100.0	467,207	67.3	227,240	32.7
April - Avril	791,728	100.0	506,180	63.9	285,547	36.1
May - Mai	811,119	100.0	504,670	62.2	306,449	37.8
June - Juin	790,742	100.0	498,570	63.1	292,172	36.9
July - Juillet						
August - Août						
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 23. Department Store Monthly Sales as a Percentage of Total Retail Trade, by Province, 1981 and 1982
June

TABLEAU 23. Proportions procentuelles mensuelles des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province, 1981 et 1982
Juin

Province	1981 ^r	1982
	per cent - pourcentage	
Newfoundland - Terre-Neuve	6.9	6.5
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	13.6	13.0
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	8.3	7.7
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	8.1	8.1
Québec	7.4	6.7
Ontario	10.2	9.0
Manitoba	13.1	12.5
Saskatchewan	6.8	6.4
Alberta	12.8	12.7
British Columbia - Colombie-Britannique	13.8	14.1
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	12.4	12.2
CANADA	10.1	9.4

TABLE 24. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, 1981 and 1982

No.	Department	1982						1981	
		January	February	March	April	May	June	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin	Juillet
		thousands of dollars milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	45,563	46,324	49,956	61,422	53,996	44,779	38,589	42,137
2	Women's and misses' coats and suits	28,018	36,932	37,386	35,287	31,781	34,347	30,899	63,446
3	Women's and misses' sportswear	98,814	104,198	120,456	146,437	139,327	113,690	101,823	113,346
4	Furs	18,433	17,186	16,269	16,249	16,435	17,921	18,899	18,902
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	61,548	60,033	60,661	80,996	70,348	67,120	63,773	89,974
6	Girls' and teenage girls' wear	35,182	39,073	44,171	54,035	49,388	43,281	38,437	57,438
7	Lingerie and women's sleepwear	40,036	40,592	45,160	53,303	51,133	44,395	41,168	43,564
8	Intimate apparel	32,235	28,340	29,431	33,805	32,265	29,431	28,072	31,142
9	Millinery	1,705	1,194	1,029	1,228	1,319	1,142	1,048	1,200
10	Women's and girls' hosiery	20,962	21,453	24,788	28,088	28,136	26,223	22,706	24,402
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	34,682	38,123	41,945	49,058	45,061	36,849	44,257	48,097
12	Women's, misses' and children's footwear	87,084	94,059	109,852	127,461	115,719	104,305	91,070	94,488
13	Men's clothing	121,023	144,954	153,997	188,986	165,246	151,568	136,527	164,103
14	Men's furnishings	115,358	119,780	128,539	156,904	149,582	132,185	122,672	139,331
15	Boys' clothing and furnishings	35,239	37,910	37,033	43,855	38,244	34,101	36,366	57,773
16	Men's and boys' footwear	67,699	68,641	76,775	89,539	88,004	80,766	77,005	83,145
17	Food and kindred products	38,730	32,819	35,302	35,516	33,314	35,152	34,240	32,756
18	Toiletries, cosmetics and drugs	168,715	136,298	145,774	176,578	171,034	167,698	131,644	143,364
19	Photographic equipment and supplies	54,039	47,485	45,858	62,039	57,622	52,117	44,789	53,225
20	Piece goods	26,758	27,466	31,482	32,886	31,183	31,091	28,897	30,163
21	Linens and domestics	105,895	104,167	108,155	118,515	114,625	106,454	108,185	111,078
22	Smallwares and notions	35,714	32,999	34,159	43,815	43,739	41,995	42,666	45,703
23	China and glassware	79,696	84,356	87,916	89,585	94,417	88,675	82,803	84,634
24	Floor coverings	59,308	53,602	56,326	65,293	61,679	62,160	61,476	65,529
25	Draperies, curtains and furniture coverings	74,144	67,185	66,471	74,758	67,791	63,883	64,087	71,954
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	44,908	43,607	45,553	55,147	51,384	50,536	46,884	50,140
27	Furniture	203,525	197,657	199,513	228,763	213,091	196,515	192,493	212,791
28	Major appliances	67,844	57,690	57,243	65,702	61,359	57,572	60,446	72,255
29	Television, radio and music	119,077	113,348	121,728	143,899	135,821	134,059	115,867	118,265
30	Housewares and small electrical appliances	128,912	117,029	123,454	150,298	142,848	141,682	132,266	138,204
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	109,649	96,519	116,389	150,983	140,726	141,579	121,033	151,845
32	Plumbing, heating and building materials	33,209	31,260	31,762	43,256	34,229	33,689	28,448	33,305
33	Jewellery	112,886	113,175	119,253	133,470	128,962	119,789	104,228	113,723
34	Toys and games	73,582	67,604	69,447	88,032	75,209	69,867	62,883	70,143
35	Sporting goods and luggage	106,210	109,124	120,993	159,494	151,440	133,323	132,515	135,546
36	Stationery, books and magazines	85,895	77,322	78,563	93,255	96,064	94,589	87,607	97,991
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	45,833	44,780	41,673	55,367	51,576	47,686	38,558	47,952
38	Meals and lunches	1,490	959	799	797	741	733	2,106	1,344
39	Repairs and services	5,313	4,271	4,298	5,961	5,070	5,450	4,750	6,560
40	All other departments	60,107	58,607	64,393	84,704	80,703	70,706	71,970	77,752
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,685,020	2,618,121	2,783,992	3,324,766	3,120,611	2,909,103	2,694,152	3,088,710

(1) At selling value.

TABLEAU 24. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1981					Change - Variation		Rayon	N°
August	September	October	November	December	June/ May 1982	June 1982/1981		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juin/ mai 1982	Juin 1982/1981		
Thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
40,505	42,691	61,182	53,746	45,831	- 17.1	+ 16.0	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
62,840	65,741	74,809	60,150	35,304	+ 8.1	+ 11.2	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
115,724	112,960	145,499	137,605	98,255	- 18.4	+ 11.7	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
20,839	23,072	26,692	25,164	21,783	+ 9.0	- 5.2	Fourrures	4
76,715	68,559	96,132	77,985	67,443	- 4.6	+ 5.2	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
52,219	45,414	58,640	47,906	34,701	- 12.4	+ 12.6	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
44,197	43,945	66,918	68,621	40,855	- 13.2	+ 7.8	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
30,697	26,044	38,582	37,252	31,897	- 8.8	+ 4.8	Sous-vêtements	8
1,035	1,372	2,302	3,278	3,027	- 13.4	+ 9.0	Chapeaux	9
26,819	21,432	26,808	26,604	20,860	- 6.8	+ 15.5	Bas pour dames et fillettes	10
46,955	41,520	62,417	58,659	37,112	- 18.2	- 16.7	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
93,112	85,055	107,164	97,725	94,195	- 9.9	+ 14.5	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
194,816	161,877	217,065	199,866	166,447	- 8.3	+ 11.0	Vêtements pour hommes	13
143,484	142,050	189,713	168,170	107,165	- 11.6	+ 7.8	Articles d'habillement pour hommes	14
41,163	40,975	58,443	46,414	34,246	- 10.8	- 6.2	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
80,908	71,868	97,593	86,002	76,019	- 8.2	+ 4.9	Chaussures pour hommes et garçons	16
25,917	26,965	37,527	41,887	25,657	+ 5.5	+ 2.7	Produits alimentaires et connexes	17
135,627	135,837	207,606	208,185	151,994	- 2.0	+ 27.4	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
53,831	48,302	73,471	60,613	44,962	- 9.6	+ 16.4	Appareils et fournitures photographiques	19
29,533	26,989	33,103	31,952	30,923	- 0.3	+ 7.6	Tissus à la pièce	20
105,339	94,325	130,265	129,646	119,640	- 7.1	- 1.6	Literie et linge de maison	21
42,259	38,554	44,062	38,944	42,553	- 4.0	- 1.6	Menus articles	22
85,099	80,387	97,388	98,820	106,239	- 6.1	+ 7.1	Porcelaine et verrerie	23
63,686	54,111	65,319	59,510	66,289	+ 0.8	+ 1.1	Revêtements de plancher	24
68,332	61,324	80,445	76,572	76,095	- 5.8	- 0.3	Tentures, rideaux et housses	25
52,219	46,732	62,781	56,350	43,282	- 1.7	+ 7.8	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
207,412	188,708	242,562	214,334	237,373	- 7.8	+ 2.1	Meubles	27
69,592	63,851	86,627	85,708	81,194	- 6.2	- 4.8	Gros appareils ménagers	28
116,717	110,165	154,115	149,488	128,437	- 1.3	+ 15.7	Télévision, radio et musique	29
136,469	129,367	166,700	166,421	125,107	- 0.8	+ 7.1	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
146,709	119,215	172,110	142,527	123,138	+ 0.6	+ 17.0	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
31,853	27,256	36,505	32,824	34,101	- 1.6	+ 18.4	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
112,761	102,865	144,247	140,658	108,515	- 7.1	+ 14.9	Bijouterie	33
86,882	96,378	141,697	112,172	55,096	- 7.1	+ 11.1	Jouets et jeux	34
124,985	129,106	188,390	152,274	123,644	- 12.0	+ 0.6	Articles de sport et valises	35
89,680	86,411	115,662	100,573	74,564	- 1.5	+ 8.0	Papeterie, livres et revues	36
48,434	41,012	62,225	55,509	47,423	- 7.5	+ 23.7	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
1,150	1,314	1,524	1,386	1,341	- 1.1	- 65.2	Repas et casse-croûtes	38
5,850	5,572	6,800	5,825	4,462	+ 7.5	+ 14.7	Services et travaux de réparation	39
74,219	67,876	90,234	80,260	77,034	- 12.4	- 1.8	Tous autres rayons	40
2,986,583	2,777,197	3,771,324	3,437,585	2,844,203	- 6.8	+ 8.0	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982(1)

No.	Department	1982						1981
		January	February	March	April	May	June	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin
		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	50,757	46,815	46,740	51,023	48,544	52,300	45,091
2	Women's and misses' coats and suits	39,366	43,467	43,721	44,980	47,470	50,274	45,122
3	Women's and misses' sportswear	119,224	112,137	116,281	123,492	121,672	122,090	109,239
4	Furs	18,866	19,567	20,677	18,994	18,939	21,717	22,965
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	73,823	69,843	68,204	74,084	68,239	74,379	70,564
6	Girls' and teenage girls' wear	47,493	44,100	46,861	49,419	45,844	48,299	42,760
7	Lingerie and women's sleepwear	51,292	48,741	47,738	47,605	46,573	49,153	45,593
8	Intimate apparel	31,930	29,542	31,003	33,328	30,081	32,147	30,663
9	Millinery
10	Women's and girls' hosiery	23,207	23,237	25,486	26,077	25,846	28,049	24,257
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	40,955	42,013	44,195	45,593	43,449	42,190	50,681
12	Women's, misses' and children's footwear	106,011	103,471	107,973	113,027	107,516	107,586	94,139
13	Men's clothing	158,767	157,506	164,036	186,450	162,356	185,020	166,078
14	Men's furnishings	137,525	135,833	138,587	145,605	137,483	148,756	137,914
15	Boys' clothing and furnishings	40,752	39,215	41,902	42,949	39,937	38,264	40,711
16	Men's and boys' footwear	83,509	80,746	76,530	79,946	78,240	85,232	81,317
17	Food and kindred products
18	Toiletries, cosmetics and drugs	167,305	160,371	160,668	166,929	163,497	181,256	142,085
19	Photographic equipment and supplies	54,544	53,116	53,348	60,414	55,204	60,272	51,761
20	Piece goods	29,644	27,755	31,347	30,804	29,915	32,172	29,888
21	Linens and domestics	116,706	106,351	110,531	108,055	101,889	103,575	105,115
22	Smallwares and notions	40,307	38,107	37,158	40,197	38,263	39,306	39,927
23	China and glassware	89,870	94,516	92,974	88,018	90,093	92,572	86,529
24	Floor coverings	59,724	56,610	58,765	63,688	59,017	60,268	59,690
25	Draperies, curtains and furniture coverings	77,555	67,538	67,834	69,516	62,251	65,602	65,922
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	51,070	48,428	47,501	54,225	46,468	50,551	46,925
27	Furniture	215,180	204,819	198,303	207,044	191,957	192,210	188,340
28	Major appliances	68,637	55,197	55,147	60,818	58,796	60,247	63,301
29	Television, radio and music	126,026	124,398	124,785	134,901	130,723	138,505	119,673
30	Housewares and small electrical appliances	141,033	129,060	126,257	136,834	131,839	143,971	134,386
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	125,575	121,003	123,094	124,390	120,943	128,377	111,534
34	Toys and games	86,589	84,958	84,813	92,074	82,367	86,501	78,040
35	Sporting goods and luggage	142,735	131,218	128,880	139,381	129,902	137,602	136,712
36	Stationery, books and magazines	96,445	92,222	90,333	93,022	89,487	98,530	91,306
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies
38	Meals and lunches
39	Repairs and services
40	All other departments
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,027,526	2,882,407	2,920,680	3,131,549	2,930,977	3,109,013	2,878,029

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1981 et 1982(1)

1981						Change - Variation		Rayon	N ^o
July	August	September	October	November	December	June/ May 1982			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juin/ mai 1982			
thousands of dollars						per cent			
milliers de dollars						pourcentage			
45,963	45,989	50,600	51,973	46,503	50,872	+ 7.7			
50,113	47,435	49,165	49,355	49,261	45,778	+ 5.9		Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
111,616	116,267	130,095	128,983	120,449	123,659	+ 0.3		Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
20,202	18,928	19,971	20,328	20,307	20,306	+ 14.7		Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
73,498	72,409	72,036	81,334	72,070	75,708	+ 9.0		Fourrures	4
								Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
46,821	47,357	46,111	49,117	42,156	48,296	+ 5.4		Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
46,409	43,863	47,608	50,279	51,021	52,869	+ 5.5		Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
31,982	30,754	31,189	35,655	31,443	31,691	+ 6.9		Sous-vêtements	8
...		Chapeaux	9
23,889	23,803	23,071	24,651	24,685	24,276	+ 8.5		Bas pour dames et fillettes	10
50,830	48,668	46,329	47,180	43,428	44,596	- 2.9		Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
89,546	84,877	91,358	96,994	98,696	104,415	+ 0.1		Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
170,347	167,552	162,867	169,902	164,356	182,672	+ 14.0		Vêtements pour hommes	13
139,291	140,156	144,097	143,217	139,081	142,257	+ 8.2		Articles d'habillement pour hommes	14
47,044	41,711	41,910	44,831	41,743	42,491	- 4.2		Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
81,648	77,492	77,661	80,448	80,721	86,616	+ 8.9		Chaussures pour hommes et garçons	16
...		Produits alimentaires et connexes	17
148,343	151,997	156,583	164,902	156,981	170,279	+ 10.9		Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
55,017	57,837	55,944	54,665	45,784	50,738	+ 9.2		Appareils et fournitures photographiques	19
29,858	28,695	29,747	30,614	31,560	31,435	+ 7.5		Tissus à la pièce	20
113,966	112,562	114,802	122,740	119,085	119,674	+ 1.7		Literie et linge de maison	21
41,356	41,134	42,996	42,932	40,712	42,018	+ 2.7		Menus articles	22
85,588	85,576	88,187	88,090	83,857	98,775	+ 2.8		Porcelaine et verrerie	23
64,486	62,452	61,873	63,167	61,805	60,813	+ 2.1		Revêtements de plancher	24
70,956	70,403	71,690	76,068	75,653	74,402	+ 5.4		Tentures, rideaux et housses	25
48,930	50,171	50,956	52,200	50,213	52,304	+ 8.8		Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
214,883	220,196	227,870	245,666	215,288	215,321	+ 0.1		Meubles	27
76,179	78,624	79,950	84,384	78,837	74,152	+ 2.5		Gros appareils ménagers	28
125,079	123,799	127,669	139,121	125,530	123,524	+ 6.0		Télévision, radio et musique	29
139,208	139,564	142,749	147,172	144,400	143,958	+ 9.2		Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
...		Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
...		Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
119,020	115,822	118,571	122,275	112,920	120,085	+ 6.1		Bijouterie	33
81,017	81,228	76,824	80,171	83,204	99,195	+ 5.0		Jouets et jeux	34
138,106	128,790	133,496	144,608	134,781	144,593	+ 5.9		Articles de sport et valises	35
92,794	84,377	89,861	92,355	81,279	93,742	+ 10.1		Papeterie, livres et revues	36
...		Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
...		Rapas et casse-croûtes	38
...		Services et travaux de réparation	39
...		Tous autres rayons	40
3,003,478	2,971,521	3,013,193	3,187,136	3,004,193	3,083,503	+ 6.1		TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982

No.	Department	1982						1981
		January	February	March	April	May	June	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5.58	4.41	3.63	3.51	2.58	2.53	2.04
2	Women's and misses' coats and suits	2.69	3.70	2.62	2.44	4.39	6.23	5.48
3	Women's and misses' sportswear	3.93	3.58	3.05	3.18	2.73	2.60	2.23
4	Furs	4.40	5.06	5.53	23.82	28.14	29.87	37.42
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.99	3.92	3.12	3.37	3.24	3.36	3.20
6	Girls' and teenage girls' wear	4.72	3.93	2.90	3.19	3.16	3.13	2.69
7	Lingerie and women's sleepwear	4.47	3.95	3.66	3.53	3.16	2.97	2.72
8	Intimate apparel	4.84	4.28	3.47	3.44	3.23	3.01	2.80
9	Millinery	1.25	1.34	1.13	1.06	1.36	1.29	1.22
10	Women's and girls' hosiery	2.78	3.21	2.85	2.73	3.04	3.19	2.91
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.28	4.86	3.93	3.83	3.61	3.42	3.70
12	Women's, misses' and children's footwear	6.72	7.87	5.66	5.12	4.66	4.75	4.18
13	Men's clothing	5.40	6.91	4.84	5.75	5.17	4.35	3.85
14	Men's furnishings	5.41	5.85	4.85	5.11	4.66	3.19	3.00
15	Boys' clothing and furnishings	5.83	6.24	4.04	3.63	3.58	3.42	4.01
16	Men's and boys' footwear	7.29	8.71	6.60	5.58	5.56	5.33	4.94
17	Food and kindred products	0.80	0.58	0.70	0.59	0.58	0.71	0.71
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.04	4.06	3.82	4.28	4.25	4.15	3.49
19	Photographic equipment and supplies	5.98	5.97	4.67	5.54	5.22	3.81	3.14
20	Piece goods	6.92	7.14	6.40	6.91	6.84	7.74	6.46
21	Linens and domestics	4.47	7.16	5.95	5.97	5.50	4.30	4.56
22	Smallwares and notions	4.11	4.66	4.62	5.65	6.93	6.47	6.42
23	China and glassware	10.89	11.27	9.22	8.95	8.74	9.33	7.43
24	Floor coverings	6.55	5.56	4.76	5.50	5.46	5.38	4.81
25	Draperies, curtains and furniture coverings	7.78	7.21	4.87	5.00	4.64	4.03	3.94
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7.39	7.81	6.47	8.11	7.21	7.12	6.02
27	Furniture	5.42	6.34	5.58	6.25	5.27	4.99	3.09
28	Major appliances	1.92	2.09	1.82	2.07	1.89	1.62	1.07
29	Television, radio and music	4.29	4.83	4.19	5.10	5.43	4.88	4.42
30	Housewares and small electrical appliances	5.63	4.64	5.11	5.09	4.46	4.57	4.22
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	5.18	4.76	5.66	5.74	3.94	4.60	3.80
32	Plumbing, heating and building materials	5.30	4.88	4.30	4.05	2.66	3.06	2.68
33	Jewellery	11.68	10.02	7.74	7.90	7.18	6.87	5.48
34	Toys and games	10.64	8.64	7.15	6.26	6.38	5.68	5.45
35	Sporting goods and luggage	5.34	6.79	5.76	5.67	4.32	3.67	3.76
36	Stationery, books and magazines	4.92	4.26	4.25	4.62	4.89	4.60	4.49
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	2.84	3.51	2.74	3.05	2.90	2.44	2.13
38	Meals and lunches	0.08	0.05	0.04	0.04	0.04	0.04	0.10
39	Repairs and services	0.83	0.68	0.56	0.76	0.69	0.76	0.74
40	All other departments	3.02	2.97	2.85	2.82	2.11	2.23	2.43
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.37	4.42	3.94	4.16	3.77	3.62	3.15

TABLEAU 26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1981						Rayon	N°
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
2.60	2.64	2.52	3.79	2.92	2.00	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
9.11	4.06	3.36	2.94	2.82	1.48	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
2.83	2.58	1.90	2.88	2.61	1.41	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
13.77	9.34	8.25	7.37	5.50	3.12	Fourrures	4
4.48	3.27	2.80	3.79	3.02	1.87	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4.59	2.30	2.50	3.58	2.67	1.38	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
2.93	3.52	2.88	4.04	2.87	0.95	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3.41	3.41	2.71	4.47	3.92	2.44	Sous-vêtements	8
1.56	1.16	0.93	1.08	1.05	0.75	Chapeaux	9
3.86	3.64	2.01	2.45	2.49	1.34	Ras pour dames et fillettes	10
4.76	4.10	2.50	3.76	2.74	1.05	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
5.35	4.21	2.97	3.79	3.71	3.01	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
6.41	6.16	3.94	5.16	3.99	2.42	Vêtements pour hommes	13
4.88	5.12	3.92	5.05	2.99	1.06	Articles d'habillement pour hommes	14
6.71	2.52	3.47	4.98	3.40	1.54	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
6.97	5.76	4.17	5.68	4.81	3.24	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.67	0.47	0.56	0.67	0.63	0.34	Produits alimentaires et connexes	17
3.82	3.58	3.45	4.83	4.13	1.51	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
3.90	3.69	3.83	5.66	3.65	1.39	Appareils et fournitures photographiques	19
8.38	6.49	4.74	5.50	5.16	6.70	Tissus à la pièce	20
4.12	4.47	3.68	5.20	5.14	3.02	Literie et linge de maison	21
6.36	5.66	3.74	4.11	3.88	3.37	Menus articles	22
7.77	8.70	6.72	8.70	5.40	2.94	Porcelaine et verrerie	23
5.09	5.59	4.42	4.63	4.26	5.39	Revêtements de plancher	24
4.24	4.80	4.12	5.05	4.81	4.27	Tentures, rideaux et housses	25
5.88	6.51	5.37	6.78	4.33	2.13	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
4.48	5.44	4.25	5.74	5.17	5.62	Meubles	27
1.59	1.85	1.62	2.08	2.25	1.87	Gros appareils ménagers	28
4.00	3.93	3.37	4.30	3.28	1.83	Télévision, radio et musique	29
3.40	4.42	4.42	4.85	3.92	1.66	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
5.63	5.91	5.01	6.37	5.30	3.26	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
3.40	3.51	3.02	3.48	3.50	3.64	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
6.88	6.51	4.64	7.47	4.21	1.60	Bijouterie	33
5.40	6.88	7.88	6.66	2.35	0.72	Jouets et jeux	34
4.40	5.11	5.65	8.03	5.37	2.30	Articles de sport et valises	35
5.80	3.29	3.38	4.97	3.15	1.23	Papeterie, livres et revues	36
2.64	3.37	3.51	2.77	2.45	2.06	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
0.07	0.36	0.36	0.07	0.06	0.04	Repas et casse-croûtes	38
1.02	0.46	0.88	0.82	0.61	0.46	Services et travaux de réparation	39
3.07	2.45	2.71	3.26	3.09	1.64	Tous autres rayons	40
3.91	3.71	3.21	4.14	3.28	1.82	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

TABLE 27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982

No.	Department	1982						1981
		January	February	March	April	May	June	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.18	0.23	0.29	0.32	0.36	0.36	0.43
2	Women's and misses' coats and suits	0.33	0.31	0.38	0.40	0.22	0.17	0.18
3	Women's and misses' sportswear	0.26	0.29	0.35	0.34	0.36	0.35	0.41
4	Furs	0.21	0.19	0.18	0.04	0.04	0.03	0.03
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	0.24	0.25	0.32	0.34	0.29	0.29	0.30
6	Girls' and teenage girls' wear	0.21	0.27	0.37	0.34	0.30	0.30	0.34
7	Lingerie and women's sleepwear	0.22	0.25	0.29	0.31	0.31	0.31	0.34
8	Intimate apparel	0.21	0.22	0.29	0.31	0.30	0.32	0.32
9	Millinery	0.56	0.62	0.82	1.03	0.76	0.72	0.65
10	Women's and girls' hosiery	0.36	0.32	0.38	0.39	0.33	0.30	0.32
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.23	0.22	0.27	0.28	0.26	0.26	0.25
12	Women's, misses' and children's footwear	0.14	0.13	0.19	0.21	0.20	0.20	0.23
13	Men's clothing	0.16	0.16	0.21	0.19	0.18	0.22	0.23
14	Men's furnishings	0.19	0.17	0.21	0.21	0.21	0.29	0.31
15	Boys' clothing and furnishings	0.17	0.17	0.24	0.30	0.26	0.28	0.25
16	Men's and boys' footwear	0.13	0.12	0.16	0.19	0.18	0.18	0.19
17	Food and kindred products	1.50	1.57	1.49	1.69	1.68	1.45	1.45
18	Toiletries, cosmetics and drugs	0.21	0.22	0.27	0.26	0.23	0.24	0.27
19	Photographic equipment and supplies	0.18	0.16	0.21	0.21	0.18	0.25	0.29
20	Piece goods	0.13	0.14	0.17	0.15	0.14	0.13	0.15
21	Linens and domestics	0.21	0.14	0.17	0.18	0.18	0.22	0.21
22	Smallwares and notions	0.22	0.21	0.22	0.20	0.14	0.15	0.15
23	China and glassware	0.08	0.09	0.11	0.11	0.12	0.10	0.13
24	Floor coverings	0.14	0.17	0.22	0.20	0.18	0.19	0.21
25	Draperies, curtains and furniture coverings	0.13	0.13	0.20	0.21	0.20	0.24	0.24
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.14	0.13	0.16	0.14	0.13	0.14	0.15
27	Furniture	0.17	0.16	0.18	0.17	0.18	0.19	0.30
28	Major appliances	0.47	0.44	0.55	0.52	0.51	0.60	0.86
29	Television, radio and music	0.22	0.20	0.25	0.21	0.18	0.20	0.22
30	Housewares and small electrical appliances	0.18	0.21	0.20	0.22	0.22	0.22	0.23
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.18	0.20	0.19	0.20	0.24	0.22	0.24
32	Plumbing, heating and building materials	0.19	0.20	0.23	0.28	0.33	0.32	0.34
33	Jewellery	0.09	0.10	0.13	0.13	0.14	0.14	0.17
34	Toys and games	0.11	0.11	0.14	0.18	0.14	0.17	0.17
35	Sporting goods and luggage	0.17	0.15	0.18	0.20	0.23	0.26	0.24
36	Stationery, books and magazines	0.22	0.22	0.24	0.23	0.21	0.22	0.23
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.35	0.28	0.35	0.37	0.33	0.36	0.40
38	Meals and lunches	12.92	15.04	22.85	24.53	24.74	26.63	9.59
39	Repairs and services	1.31	1.32	1.81	1.53	1.33	1.36	1.24
40	All other departments	0.29	0.33	0.37	0.40	0.46	0.42	0.38
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.22	0.22	0.26	0.26	0.25	0.26	0.29

TABLEAU 27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1981							
July	August	September	October	November	December	Rayon	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
0.40	0.37	0.41	0.31	0.32	0.46	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
0.15	0.25	0.30	0.36	0.32	0.50	formes pour dames et jeunes filles	
0.37	0.39	0.52	0.39	0.37	0.59	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
0.07	0.11	0.13	0.15	0.17	0.30	filles	
0.26	0.28	0.34	0.31	0.30	0.50	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
						Fourrures	4
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
						de chambres d'enfants	
0.26	0.41	0.37	0.32	0.34	0.61	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.35	0.29	0.35	0.30	0.35	0.79	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.31	0.29	0.34	0.27	0.25	0.38	Sous-vêtements	8
0.78	0.80	1.22	1.16	1.12	1.27	Chapeaux	9
0.27	0.29	0.44	0.45	0.40	0.66	Bas pour dames et fillettes	10
0.22	0.24	0.38	0.32	0.35	0.74	Gants, moufles et articles de parure pour	11
0.19	0.24	0.32	0.29	0.26	0.33	dames et fillettes	
0.17	0.18	0.23	0.22	0.24	0.37	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
0.22	0.20	0.25	0.23	0.31	0.73	enfants	
0.18	0.33	0.29	0.24	0.26	0.55	Vêtements pour hommes	13
						Articles d'habillement pour hommes	14
						Vêtements et articles d'habillement pour	15
						garçons	
0.15	0.17	0.23	0.20	0.19	0.29	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.46	1.90	1.81	1.73	1.67	2.26	Produits alimentaires et connexes	17
0.27	0.27	0.29	0.25	0.24	0.56	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
0.28	0.27	0.25	0.21	0.25	0.61	caments	
0.12	0.15	0.20	0.20	0.19	0.15	Appareils et fournitures photographiques	19
						Tissus à la pièce	20
0.25	0.22	0.26	0.22	0.19	0.32	Literie et linge de maison	21
0.16	0.17	0.26	0.26	0.24	0.31	Menus articles	22
0.13	0.12	0.14	0.13	0.19	0.35	Porcelaine et verrerie	23
0.20	0.18	0.21	0.24	0.22	0.20	Revêtements de plancher	24
0.25	0.20	0.23	0.22	0.20	0.23	Tentures, rideaux et housses	25
0.18	0.16	0.18	0.17	0.22	0.41	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
0.23	0.18	0.22	0.20	0.18	0.19	d'ameublement pour la maison	
0.68	0.53	0.59	0.55	0.44	0.52	Meubles	27
0.25	0.25	0.29	0.27	0.30	0.50	Gros appareils ménagers	28
0.23	0.22	0.22	0.23	0.26	0.52	Télévision, radio et musique	29
						Articles de ménage et petits appareils élec-	30
						triques	
0.20	0.17	0.18	0.19	0.17	0.28	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
0.32	0.28	0.31	0.33	0.27	0.28	etc.	
0.15	0.15	0.21	0.16	0.23	0.54	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
0.20	0.16	0.13	0.18	0.38	0.92	truction	
0.23	0.19	0.18	0.15	0.17	0.39	Bijouterie	33
						Jouets et jeux	34
						Articles de sport et valises	35
0.20	0.29	0.30	0.23	0.30	0.69	Papeterie, livres et revues	36
0.42	0.36	0.36	0.44	0.39	0.45	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
11.83	16.74	16.56	15.44	15.92	22.66	réparation et fournitures	
1.14	0.98	1.21	1.34	1.52	1.87	Repas et casse-croûtes	38
0.34	0.33	0.33	0.35	0.30	0.60	Services et travaux de réparation	39
0.26	0.26	0.29	0.27	0.29	0.49	Tous autres rayons	40
						TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted, Canada, 1980-1982

TABEAU 28. Montants à recevoir(1), non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982

Month	1980	1981	1982	Change from previous month	Change 1982/1981
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1982/1981
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,510,848	1,554,350	1,624,889	- 9.1	+ 4.5
February - Février	1,453,884	1,488,706	1,554,529	- 4.3	+ 4.4
March - Mars	1,388,475	1,476,287	1,537,740	- 1.1	+ 4.2
April - Avril	1,397,066	1,483,717	1,536,243	- 0.1	+ 3.5
May - Mai	1,381,243	1,493,281	1,527,443 ^r	- 0.6	+ 2.3
June - Juin	1,359,373	1,501,535	1,505,560	- 1.4	+ 0.3
July - Juillet	1,341,270	1,523,351			
August - Août	1,346,822	1,512,048			
September - Septembre	1,401,404	1,537,138			
October - Octobre	1,434,563	1,550,904			
November - Novembre	1,490,778	1,622,633			
December - Décembre	1,658,191	1,788,145			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982

TABEAU 29. Montants à recevoir(1), désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982

Month	1980	1981	1982	Change from previous month	Change 1982/1981
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1982/1981
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,420.3	1,470.0	1,538.0	- 1.6	+ 4.6
February - Février	1,438.8	1,480.0	1,532.2	- 0.4	+ 3.5
March - Mars	1,408.9	1,499.0	1,563.1	+ 2.0	+ 4.3
April - Avril	1,424.7	1,515.0	1,573.7	+ 0.7	+ 3.9
May - Mai	1,417.5	1,537.0	1,569.7 ^r	- 0.3	+ 2.1
June - Juin	1,420.8	1,563.0	1,569.3	--	+ 0.4
July - Juillet	1,425.6	1,615.0			
August - Août	1,430.0	1,595.0			
September - Septembre	1,440.8	1,581.0			
October - Octobre	1,442.6	1,565.0			
November - Novembre	1,441.4	1,570.0			
December - Décembre	1,448.9	1,563.0			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Department Store Sales and
Stocks, MCD, Seasonal
and Trading Day Factors

Ventes et stocks des grands
magasins MDC et coefficients de
corrections des variations
saisonnnières et des jours
commerciaux

TABLE 30. Department Store Sales, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1982 and 1983

No.	Department	1982						
		MCD	March	April	May	June	July	August
		MDC	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	86.83	110.01	128.82	115.40	98.71	91.77
2	Women's and misses' coats and suits	6	103.83	98.45	53.75	41.36	47.82	105.31
3	Women's and misses' sportswear	3	88.53	99.35	107.84	98.52	90.23	96.08
4	Furs	12	67.11	26.19	18.47	17.20	47.90	91.86
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	85.38	101.02	91.01	87.87	91.36	104.29
6	Girls' and teenage girls' wear	4	91.29	100.97	90.84	87.19	82.53	139.25
7	Lingerie and women's sleepwear	3	73.67	84.09	96.04	88.99	91.88	72.45
8	Intimate apparel	4	93.23	107.40	106.68	112.14	103.39	95.30
9	Millinery	12	57.58	73.52	63.94	60.82	62.19	60.53
10	Women's and girls' hosiery	3	92.17	106.67	97.57	84.53	72.78	81.11
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	77.06	86.97	89.53	82.70	69.94	74.52
12	Women's, misses' and children's footwear	6	90.00	109.69	104.36	95.02	78.24	97.90
13	Men's clothing	4	92.79	92.57	86.66	95.80	72.81	81.88
14	Men's furnishings	5	69.39	78.14	78.57	103.77	77.70	72.97
15	Boys' clothing and furnishings	6	84.89	98.19	85.90	79.36	78.95	138.31
16	Men's and boys' footwear	5	85.36	111.00	98.91	103.21	85.19	91.11
17	Food and kindred products	7	93.42	106.15	102.06	88.64	89.54	99.67
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	84.09	91.02	91.00	87.50	89.74	85.29
19	Photographic equipment and supplies	4	72.92	81.65	84.71	98.57	103.16	96.08
20	Piece goods	5	109.03	107.95	104.36	91.00	77.75	90.03
21	Linens and domestics	3	77.07	84.43	89.52	93.71	111.85	95.69
22	Smallwares and notions	4	91.75	93.39	77.68	76.88	84.82	83.84
23	China and glassware	4	73.31	77.63	87.93	84.33	83.31	76.93
24	Floor coverings	5	98.16	98.84	100.15	95.78	102.81	91.04
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	92.69	107.71	101.49	105.86	112.96	93.62
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	83.01	87.59	82.20	80.27	88.88	83.16
27	Furniture	4	94.45	91.17	105.50	100.66	122.83	96.66
28	Major appliances	5	89.95	90.03	101.35	101.15	122.44	101.32
29	Television, radio and music	4	85.20	77.82	75.03	72.82	86.17	87.75
30	Housewares and small electrical appliances	3	75.48	86.01	96.50	89.54	98.55	88.09
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4	79.73	106.64	121.03	112.69	100.89	89.25
32	Plumbing, heating and building materials	7	85.08	111.89	120.16	126.52	110.00	74.72
33	Jewellery	3	69.88	80.23	87.84	84.76	76.37	73.86
34	Toys and games	4	49.44	66.82	60.34	57.13	66.15	57.84
35	Sporting goods and luggage	3	70.99	102.38	113.79	120.15	115.12	84.05
36	Stationery, books and magazines	4	75.61	79.20	81.52	80.97	75.68	113.11
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	86.03	106.75	97.40	101.78	101.19	91.64
38	Meals and lunches	3	95.51	95.34	94.92	96.64	98.83	78.25
39	Repairs and services	7	92.90	91.50	92.77	100.34	91.76	89.14
40	All other departments	4	84.56	114.27	134.63	110.37	101.48	88.14
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	84.43	93.93	95.37	93.70	91.90	91.23

TABEAU 30. Ventes des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1982 et 1983

1982		1983				Rayon	N°
September	October	November	December	January	February		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février		
102.23	95.41	105.80	142.27	56.53	65.80	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
131.00	163.41	149.76	159.25	72.75	68.40	Formes pour dames et jeunes filles	
124.99	103.27	116.94	151.12	58.72	63.76	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
103.49	127.36	172.25	245.52	169.10	116.20	filles	
111.10	113.19	116.66	161.72	67.80	67.55	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
						Fourrures	4
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
						de chambres d'enfants	
117.06	98.74	120.71	159.57	50.35	61.21	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
92.29	91.96	141.57	259.37	53.38	58.54	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
105.10	89.96	98.17	141.17	76.05	70.02	Sous-vêtements	8
91.00	141.75	202.05	256.36	79.41	55.47	Chapeaux	9
115.89	112.55	117.83	165.37	80.51	72.52	Ras pour dames et fillettes	10
106.35	104.55	149.28	245.83	57.41	57.34	Gants, moufles et articles de parure pour	11
126.98	121.15	124.33	136.25	59.65	55.15	dames et fillettes	
110.93	110.20	143.18	191.80	63.06	59.12	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
93.20	94.59	151.55	269.67	57.18	54.24	enfants	
107.17	100.88	120.69	198.55	53.57	53.93	Vêtements pour hommes	13
						Articles d'habillement pour hommes	14
						Vêtements et articles d'habillement pour	15
						garçons	
113.50	110.09	122.42	160.69	60.55	58.37	Chaussures pour hommes et garçons	16
88.19	95.06	117.44	142.20	82.08	97.09	Produits alimentaires et connexes	17
89.68	93.59	114.19	224.08	75.50	75.10	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
						caments	
92.89	87.22	114.47	241.33	69.31	59.14	Appareils et fournitures photographiques	19
116.23	117.64	117.79	96.86	83.93	85.61	tissus à la pièce	20
112.17	100.26	108.72	164.14	101.01	61.84	Literie et linge de maison	21
117.31	114.10	118.97	150.20	105.59	84.66	Menus articles	22
96.62	83.10	139.69	273.96	65.75	59.59	Porcelaine et verrerie	23
104.82	118.30	122.66	105.36	80.48	82.08	Revêtements de plancher	24
105.31	107.69	111.15	118.67	74.32	67.99	Tentures, rideaux et housses	25
99.71	96.49	137.56	222.19	74.01	66.09	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
106.94	99.15	102.82	100.25	104.55	74.63	d'ameublement pour la maison	
110.97	105.24	100.59	112.18	94.64	70.27	Meubles	27
111.39	104.45	130.92	212.18	87.02	69.99	Gros appareils ménagers	28
93.14	89.86	123.18	223.38	67.32	71.11	Télévision, radio et musique	29
						Articles de ménage et petits appareils élec-	30
						triques	
96.92	107.06	105.55	142.46	70.71	67.01	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
100.05	112.13	98.78	100.63	67.44	69.59	etc.	
99.87	80.88	139.35	311.73	46.83	52.35	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
60.09	100.24	231.65	383.77	34.02	37.83	truction	
83.44	79.40	109.20	194.64	72.58	56.73	Bijouterie	33
						Jouets et jeux	34
						Articles de sport et valises	35
107.66	87.32	126.37	241.57	75.00	68.82	Papeterie, livres et revues	36
99.76	119.96	124.13	137.57	73.07	68.10	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
97.16	100.49	111.65	146.87	84.22	79.92	réparation et fournitures	
98.75	110.93	136.45	132.29	83.97	78.66	Repas et casse-croûtes	38
92.55	90.61	96.46	161.17	68.14	67.59	Services et travaux de réparation	39
						Tous autres rayons	40
101.89	101.31	123.87	182.98	72.42	67.48	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

TABLE 31. Department Store Stocks, MCD and Seasonal Factors, 1982 and 1983

Department	1982						
	MCD	March	April	May	June	July	August
	MM	Marx	April	May	June	Juliet	Augot
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4	106.88	120.38	111.23	85.62	91.70	87.62
2 Women's and misses' coats and suits	4	85.51	78.45	66.95	68.32	126.89	132.10
3 Women's and misses' sportswear	3	103.59	118.58	114.51	93.12	101.61	99.34
4 Furs	5	78.68	85.55	86.78	82.52	93.18	109.49
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	4	88.94	109.33	103.09	90.24	122.61	105.60
6 Girls' and teenage girls' wear	3	94.26	109.34	107.73	89.61	122.76	110.24
7 Lingerie and women's sleepwear	4	94.60	111.97	109.79	90.32	93.94	100.43
8 Intimate apparel	3	94.93	101.43	107.26	91.55	97.47	99.69
9 Millinery
10 Women's and girls' hosiery	4	97.26	107.71	108.86	93.49	102.01	112.52
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	3	94.91	107.60	103.71	87.34	94.83	96.11
12 Women's, misses' and children's footwear	4	101.74	112.77	107.63	96.95	105.48	109.43
13 Men's clothing	...	93.88	101.36	101.78	81.92	96.30	116.13
14 Men's furnishings	4	92.75	107.76	108.80	88.86	100.13	112.18
15 Boys' clothing and furnishings	4	88.38	102.11	95.76	89.12	122.87	98.47
16 Men's and boys' footwear	4	100.32	112.00	112.48	94.76	102.09	104.18
17 Food and kindred products
18 Toiletries, cosmetics and drugs	3	90.73	105.78	104.61	92.52	96.78	89.14
19 Photographic equipment and supplies	4	85.96	102.69	104.38	86.47	97.10	95.34
20 Piece goods	4	100.43	106.76	104.24	96.64	101.31	100.53
21 Linens and domestics	3	97.85	109.68	112.50	102.78	97.69	95.42
22 Smallwares and notions	4	91.93	109.00	114.31	106.84	110.72	102.40
23 China and glassware	3	94.56	101.78	104.80	95.79	98.87	99.34
24 floor coverings	3	95.85	102.52	104.51	103.14	101.85	101.86
25 Draperies, curtains and furniture coverings	3	97.99	107.54	108.90	97.38	101.70	96.76
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	95.90	101.70	110.58	99.97	102.59	101.11
27 furniture	3	100.61	110.49	111.01	102.24	99.16	91.15
28 Major appliances	4	103.80	108.03	104.36	95.56	95.17	98.51
29 Television, radio and music	3	97.55	106.67	103.90	86.79	94.74	94.26
30 Housewares and small electrical appliances	3	97.78	109.84	108.35	98.41	99.49	92.67
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.
32 Plumbing, heating and building materials
33 Jewellery	3	86.98	107.30	102.13	83.11	95.91	91.21
34 Toys and games	4	91.84	95.61	91.43	80.21	86.97	106.21
35 Sporting goods and luggage	4	88.40	114.43	116.98	96.83	94.11	99.81
36 Stationery, books and magazines	101.11
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies
38 Meals and lunches
39 Repairs and services
40 All other departments
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	2	95.32	106.17	106.47	93.57	101.35	100.34

TABLEAU 31. Stocks des grands magasins, MDC et coefficients de corrections des variations saisonnières, 1982 et 1983

1982		1983				Rayon	N°
September	October	November	December	January	February		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février		
84.23	117.96	115.58	90.13	89.88	98.82	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
133.55	152.38	122.79	77.03	70.87	84.64	formes pour dames et jeunes filles	2
86.67	113.07	114.13	79.62	82.92	92.89	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	3
115.63	131.27	123.74	107.59	97.80	87.88	filles	4
94.99	118.41	108.37	89.28	83.33	85.99	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	5
						Fourrures	6
						Vêtements pour hébés et enfants et articles	7
						de chambres d'enfants	8
98.51	119.47	113.67	72.03	73.90	88.55	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	9
92.09	133.47	134.34	77.53	78.28	83.08	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	10
83.29	108.22	118.66	100.71	100.95	95.88	Sous-vêtements	11
...	Chapeaux	12
92.58	108.94	107.81	86.05	90.53	92.43	Bas pour dames et fillettes	13
89.34	132.55	134.65	83.38	84.91	90.86	Gants, moufles et articles de parure pour	14
92.79	110.72	99.15	90.35	82.01	90.73	dames et fillettes	15
99.15	128.29	121.95	91.17	76.06	91.85	Chaussures pour dames, jeunes filles et	16
98.50	132.80	120.80	75.40	83.82	88.21	enfants	17
97.75	130.80	111.05	80.75	86.36	96.76	Vêtements pour hommes	18
						Articles d'habillement pour hommes	19
						Vêtements et articles d'habillement pour	20
						garçons	
92.20	121.50	106.46	88.13	80.87	84.98	Chaussures pour hommes et garçons	21
...	Produits alimentaires et connexes	22
86.74	125.97	132.39	89.39	101.00	84.98	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	23
86.28	134.73	132.50	88.30	98.95	89.42	caments	24
90.59	108.45	101.41	98.57	90.17	98.98	Appareils et fournitures photographiques	25
						Tissus à la pièce	
82.16	106.33	109.00	99.91	90.77	97.77	Literie et linge de maison	26
89.71	102.91	95.46	101.27	88.65	86.46	Menus articles	27
91.20	110.44	117.80	107.64	88.85	89.23	Porcelaine et verrerie	28
87.59	103.62	96.28	108.63	99.34	94.57	Revêtements de plancher	29
85.35	105.98	101.05	102.31	95.58	99.35	Tentures, rideaux et housses	30
91.52	120.75	112.05	82.76	87.98	89.86	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	31
82.82	98.91	99.38	110.09	94.73	96.45	d'ameublement pour la maison	32
79.99	103.37	108.60	109.15	98.55	104.39	Meubles	33
86.24	110.98	119.24	103.96	94.56	91.05	Gros appareils ménagers	34
90.71	113.46	115.09	86.98	91.49	90.44	Télévision, radio et musique	35
						Articles de ménage et petits appareils élec-	
						triques	
...	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	36
...	etc.	37
86.57	118.05	124.57	90.49	89.95	93.58	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	38
124.87	176.47	134.89	55.78	85.08	79.85	truction	39
96.56	130.58	112.81	85.51	74.43	83.24	Bijouterie	40
						Jouets et jeux	
						Articles de sport et valises	
96.24	124.99	123.82	79.68	89.16	83.78	Papeterie, livres et revues	41
...	Essence, huile, accessoires d'automobile,	
...	réparation et fournitures	
...	Repas et casse-croûtes	
...	Services et travaux de réparation	
92.06	118.52	114.38	92.35	88.70	90.82	Tous autres rayons	
						TOTAL, TOUS RAYONS	

Department Store Sales and
Number of Locations, by
Province and Selected
Metropolitan Area, 1981

Ventes des grands magasins et
nombre de points de vente, par
province et pour certaines zones
métropolitaines, 1981

TABLE 32. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1981

Province	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	thousands of dollars - milliers de dollars					
1 Newfoundland	5,882	6,070	7,708	9,226	9,320	9,712
2 Prince Edward Island	3,280	3,185	3,273	4,317	4,316	4,973
3 Nova Scotia	12,104	12,952	15,077	20,085	19,956	20,309
4 New Brunswick	10,436	10,409	12,436	17,078	16,220	16,612
5 Quebec	117,240	100,803	118,332	144,957	155,061	145,497
6 Ontario	226,711	193,333	232,652	278,621	290,044	307,791
7 Manitoba	30,286	28,516	37,528	40,614	40,472	40,104
8 Saskatchewan	17,336	16,220	21,595	22,961	23,703	22,475
9 Alberta	94,659	86,057	105,574	112,504	118,234	121,475
10 British Columbia	123,894	109,290	132,072	140,829	142,628	143,632
11 Yukon and Northwest Territories	1,992	1,933	2,473	2,403	2,928	3,355
12 CANADA	643,821	568,767	688,718	793,595	822,881	835,934

TABLE 33. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981

No.	Selected metropolitan areas	January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
thousands of dollars - milliers de dollars							
1	Calgary	37,272	35,534	41,866	44,173	47,828	48,671
2	Edmonton	44,589	40,306	49,276	52,451	54,084	54,651
3	Halifax-Dartmouth	6,772	6,820	7,805	10,602	10,194	10,111
4	Hamilton	17,241	15,260	17,048	21,666	21,616	22,901
5	Montreal	73,242	62,569	72,566	89,513	94,310	87,711
6	Ottawa-Hull	24,714	21,016	25,838	30,266	33,098	32,901
7	Quebec City	15,588	13,271	16,014	19,169	20,172	19,711
8	Toronto	96,024	81,007	95,652	113,130	118,197	126,711
9	Vancouver	78,018	68,220	81,280	86,254	85,943	86,111
10	Winnipeg	27,617	26,085	33,866	36,738	36,502	35,711

TABLEAU 32. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1981

July	August	September	October	November	December	Province	Nº
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
thousands of dollars - milliers de dollars							
8,718	10,385	9,526	10,454	13,146	19,400	Terre-Neuve	1
5,306	4,949	4,808	4,488	5,360	8,511	Île-du-Prince-Édouard	2
18,841	20,934	19,599	21,763	29,060	45,534	Nouvelle-Écosse	3
14,786	16,560	16,995	18,438	23,618	34,022	Nouveau-Brunswick	4
136,094	143,954	146,869	159,355	176,644	264,152	Québec	5
258,624	267,875	301,967	312,584	364,788	562,418	Ontario	6
39,781	38,840	44,651	45,423	54,511	76,621	Manitoba	7
21,182	21,490	22,636	25,556	30,263	42,556	Saskatchewan	8
113,759	121,743	125,211	139,365	157,718	225,573	Alberta	9
137,567	136,600	152,884	152,058	178,945	258,846	Colombie-Britannique	10
3,086	3,162	3,245	3,066	2,985	5,051	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
1,577,743	1,786,492	1,948,290	1,892,549	1,103,649	1,154,268	CANADA	12

TABLEAU 33. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981

July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	Nº
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
thousands of dollars - milliers de dollars							
46,294	49,821	49,378	56,693	63,228	89,664	Calgary	1
60,430	54,143	57,815	62,114	70,665	99,620	Edmonton	2
9,270	10,442	10,742	11,559	15,462	23,066	Halifax-Dartmouth	3
8,829	19,989	21,865	23,744	28,107	44,600	Hamilton	4
12,737	83,941	92,978	99,570	110,756	165,309	Montréal	5
8,612	29,424	34,146	36,377	40,670	58,686	Ottawa-Hull	6
7,914	22,051	18,120	20,270	23,288	31,381	Ville de Québec	7
14,611	105,560	126,829	126,385	147,324	230,396	Toronto	8
11,407	80,527	92,584	91,004	109,284	153,147	Vancouver	9
5,830	34,713	40,651	41,004	49,523	68,668	Winnipeg	10

TABLE 34. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1981

Province	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	thousands of dollars - milliers de dollars					
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	
3 Nova Scotia	x	x	x	x	x	
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	
5 Quebec	69,558	57,939	70,974	83,251	86,949	84,37
6 Ontario	146,302	122,125	148,955	173,602	180,561	194,06
7 Manitoba	20,360	18,917	26,176	27,105	25,152	25,56
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	
9 Alberta	76,974	68,615	84,824	88,235	90,499	94,11
10 British Columbia	105,936	92,237	111,677	117,562	117,462	118,85
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	
12 CANADA	442,269	381,684	471,588	521,698	532,820	548,81

TABLE 35. Major Department Store Monthly Sales , by Selected Metropolitan Area, 1981

Selected metropolitan areas	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	thousands of dollars - milliers de dollars					
1 Calgary	30,084	28,503	33,573	34,476	36,559	37,18
2 Edmonton	37,535	33,389	40,992	42,715	42,680	43,71
3 Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	
4 Hamilton	13,339	11,433	12,689	15,912	15,896	17,0
5 Montreal	47,941	40,617	48,691	57,903	59,088	55,9
6 Ottawa-Hull	16,750	14,048	17,756	19,305	22,006	22,1
7 Quebec City	x	x	x	x	x	
8 Toronto	74,040	61,474	73,214	85,905	88,820	95,1
9 Vancouver	70,541	61,077	72,905	76,820	75,870	76,1
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	

TABLEAU 34. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1981

July	August	September	October	November	December	Province	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
thousands of dollars - milliers de dollars							Nº
x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
x	x	x	x	x	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
77,333	80,484	87,883	93,970	105,163	145,632	Québec	5
54,464	159,909	192,188	194,859	228,634	333,761	Ontario	6
25,509	24,519	31,428	30,351	36,915	48,918	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
87,719	92,529	100,448	111,293	125,097	175,029	Alberta	9
12,654	112,025	128,795	125,728	146,917	207,453	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
85,895	499,216	575,366	591,596	686,067	972,086	CANADA	12

TABLEAU 35. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981

July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
thousands of dollars - milliers de dollars							Nº
1,391	38,031	39,634	45,497	51,082	70,495	Calgary	1
1,185	42,054	47,724	50,955	57,702	79,408	Edmonton	2
x	x	x	x	x	x	Halifax-Dartmouth	3
1,595	15,200	16,845	18,245	21,293	32,720	Hamilton	4
1,723	51,852	62,515	65,699	74,880	105,229	Montréal	5
1,689	18,410	22,828	24,522	26,750	36,997	Ottawa-Hull	6
x	x	x	x	x	x	Ville de Québec	7
1,688	77,614	96,976	93,771	110,630	166,750	Toronto	8
1,695	70,938	83,085	80,825	97,871	134,132	Vancouver	9
x	x	x	x	x	x	Winnipeg	10

TABLE 36. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1981

Province No.	January Janvier	February Février	March Mars	April Avril	May Mai	June Juin
	thousands of dollars - milliers de dollars					
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	x	x	x	x	x	x
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	47,683	42,863	47,358	61,707	68,112	61,122
6 Ontario	80,409	71,209	83,696	105,019	109,483	113,727
7 Manitoba	9,926	9,599	11,352	13,509	15,320	14,544
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	17,686	17,442	20,750	24,269	27,735	27,359
10 British Columbia	17,958	17,053	20,395	23,267	25,165	24,774
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	201,552	187,082	217,130	271,897	290,061	287,131

TABLE 37. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981

Selected metropolitan areas No.	January Janvier	February Février	March Mars	April Avril	May Mai	June Juin
	thousands of dollars - milliers de dollars					
1 Calgary	7,188	7,031	8,293	9,697	11,269	11,486
2 Edmonton	7,054	6,917	8,285	9,736	11,404	10,873
3 Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x
4 Hamilton	3,901	3,827	4,360	5,754	5,720	5,902
5 Montreal	25,301	21,952	23,875	31,610	35,223	31,725
6 Ottawa-Hull	7,963	6,968	8,082	10,961	11,091	10,831
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	21,984	19,533	22,439	27,225	29,377	31,611
9 Vancouver	7,477	7,143	8,375	9,434	10,073	9,811
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 36. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1981

July	August	September	October	November	December	Province	No
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
thousands of dollars - milliers de dollars							No
x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
x	x	x	x	x	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
58,761	63,470	58,986	65,385	71,481	118,520	Québec	5
104,160	107,967	109,779	117,725	136,152	228,657	Ontario	6
14,271	14,320	13,224	15,072	17,596	27,703	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
26,040	29,213	24,763	28,071	32,081	50,544	Alberta	9
24,912	24,575	24,089	26,330	32,028	51,393	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
71,848	287,276	273,024	300,954	350,430	570,598	CANADA	12

TABLEAU 37. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981

July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	No
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
thousands of dollars - milliers de dollars							No
10,903	11,790	9,744	11,197	12,147	19,169	Calgary	1
10,245	12,089	10,091	11,159	12,963	20,212	Edmonton	2
x	x	x	x	x	x	Halifax-Dartmouth	3
5,234	4,789	5,020	5,499	6,814	11,880	Hamilton	4
1,014	32,090	30,463	33,871	35,876	60,079	Montréal	5
1,923	11,014	11,318	11,855	13,920	21,689	Ottawa-Hull	6
x	x	x	x	x	x	Ville de Québec	7
1,923	27,946	29,853	32,614	36,694	63,646	Toronto	8
1,712	9,589	9,499	10,179	11,412	19,015	Vancouver	9
x	x	x	x	x	x	Winnipeg	10

TABLE 38. Number of All Department Store Locations, by Province, 1981

	Province	January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.		number - nombre					
1	Newfoundland	15	14	15	15	15	15
2	Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7
3	Nova Scotia	28	29	29	30	30	30
4	New Brunswick	25	25	26	26	26	26
5	Quebec	161	161	161	161	162	160
6	Ontario	280	280	285	286	286	286
7	Manitoba	36	37	37	37	37	37
8	Saskatchewan	26	26	26	26	26	26
9	Alberta	65	65	65	66	67	68
10	British Columbia	95	95	96	96	96	96
11	Yukon and Northwest Territories	7	7	7	7	7	7
12	CANADA	745	746	754	757	759	758

TABLE 39. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981

No.	Selected metropolitan areas	January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		number - nombre					
1	Calgary	21	21	21	22	22	22
2	Edmonton	24	24	24	24	24	24
3	Halifax-Dartmouth	11	11	11	11	11	11
4	Hamilton	22	22	22	22	22	22
5	Montreal	80	80	80	80	80	80
6	Ottawa-Hull	30	30	30	30	30	30
7	Quebec City	19	19	19	19	19	17
8	Toronto	80	80	84	84	84	84
9	Vancouver	40	40	40	40	40	40
10	Winnipeg	29	29	29	29	29	29

TABLEAU 38. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1981

July	August	September	October	November	December	Province	Nº
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
15	15	15	15	15	15	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
30	30	30	30	30	30	Nouvelle-Écosse	3
26	27	27	27	27	27	Nouveau-Brunswick	4
160	162	159	160	163	163	Québec	5
286	291	291	292	294	294	Ontario	6
37	37	37	37	37	37	Manitoba	7
25	26	27	26	26	26	Saskatchewan	8
67	72	80	80	82	82	Alberta	9
96	96	96	97	99	99	Colombie-Britannique	10
7	7	7	7	7	7	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
56	770	776	778	787	787	CANADA	12

TABLEAU 39. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981

July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	Nº
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
26	27	27	27	27	27	Calgary	1
27	30	30	30	31	31	Edmonton	2
11	11	11	11	11	11	Halifax-Dartmouth	3
24	24	24	24	24	24	Hamilton	4
80	80	80	80	80	80	Montréal	5
31	31	31	31	31	31	Ottawa-Hull	6
19	15	15	15	17	17	Ville de Québec	7
85	85	85	85	86	86	Toronto	8
40	40	40	40	40	40	Vancouver	9
29	29	29	29	29	29	Winnipeg	10

TABLE 40. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1981

Province No.	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
	number - nombre					
1 Newfoundland	9	8	9	9	9	9
2 Prince Edward Island	3	3	3	3	3	3
3 Nova Scotia	5	5	5	5	5	5
4 New Brunswick	6	6	6	6	6	6
5 Quebec	62	62	62	62	62	60
6 Ontario	104	104	108	108	108	108
7 Manitoba	17	18	18	18	18	18
8 Saskatchewan	14	14	14	14	14	14
9 Alberta	39	39	39	39	40	41
10 British Columbia	59	59	60	60	60	60
11 Yukon and Northwest Territories	6	6	6	6	6	6
12 CANADA	324	324	330	330	331	330

TABLE 41. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981

Selected metropolitan areas No.	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
	number - nombre					
1 Calgary	11	11	11	11	11	11
2 Edmonton	14	14	14	14	14	14
3 Halifax-Dartmouth	4	4	4	4	4	4
4 Hamilton	13	13	13	13	13	13
5 Montreal	32	32	32	32	32	32
6 Ottawa-Hull	13	13	13	13	13	13
7 Quebec City	10	10	10	10	10	8
8 Toronto	37	37	40	40	40	40
9 Vancouver	26	26	26	26	26	26
10 Winnipeg	13	13	13	13	13	13

TABEAU 40. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1981

July Juillet	August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	December Décembre	Province	Nº
Number - nombre							
9	9	9	9	9	9	Terre-Neuve	1
3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard	2
5	5	5	5	5	5	Nouvelle-Écosse	3
6	6	6	6	6	6	Nouveau-Brunswick	4
60	61	58	58	58	58	Québec	5
08	110	110	110	110	110	Ontario	6
18	18	18	18	18	18	Manitoba	7
13	14	15	14	14	14	Saskatchewan	8
40	45	50	50	51	51	Alberta	9
60	60	59	59	59	59	Colombie-Britannique	10
6	6	6	6	6	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
8	337	339	338	339	339	CANADA	12

TABEAU 41. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981

July Juillet	August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	December Décembre	Certaines zones métropolitaines	Nº
Number - nombre							
14	15	15	15	15	15	Calgary	1
16	19	19	19	19	19	Edmonton	2
4	4	4	4	4	4	Halifax-Dartmouth	3
15	15	15	15	15	15	Hamilton	4
32	32	32	32	32	32	Montréal	5
13	13	13	13	13	13	Ottawa-Hull	6
10	6	6	6	6	6	Ville de Québec	7
40	40	40	40	40	40	Toronto	8
26	26	26	26	26	26	Vancouver	9
13	13	13	13	13	13	Winnipeg	10

TABLE 42. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1981

Province	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	number - nombre					
1 Newfoundland	6	6	6	6	6	6
2 Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4
3 Nova Scotia	23	24	24	25	25	25
4 New Brunswick	19	19	20	20	20	20
5 Quebec	99	99	99	99	100	100
6 Ontario	176	176	177	178	178	178
7 Manitoba	19	19	19	19	19	19
8 Saskatchewan	12	12	12	12	12	12
9 Alberta	26	26	26	27	27	27
10 British Columbia	36	36	36	36	36	36
11 Yukon and Northwest Territories	1	1	1	1	1	1
12 CANADA	421	422	424	427	428	428

TABLE 43. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981

Selected metropolitan areas	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	number - nombre					
1 Calgary	10	10	10	11	11	11
2 Edmonton	10	10	10	10	10	10
3 Halifax-Dartmouth	7	7	7	7	7	7
4 Hamilton	9	9	9	9	9	9
5 Montreal	48	48	48	48	48	48
6 Ottawa-Hull	17	17	17	17	17	17
7 Quebec City	9	9	9	9	9	9
8 Toronto	43	43	44	44	44	44
9 Vancouver	14	14	14	14	14	14
10 Winnipeg	16	16	16	16	16	16

TABLEAU 42. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1981

July	August	September	October	November	December	Province	Nº
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
6	6	6	6	6	6	Terre-Neuve	1
4	4	4	4	4	4	Île-du-Prince-Édouard	2
25	25	25	25	25	25	Nouvelle-Écosse	3
20	21	21	21	21	21	Nouveau-Brunswick	4
100	101	101	102	105	105	Québec	5
178	181	181	182	184	184	Ontario	6
19	19	19	19	19	19	Manitoba	7
12	12	12	12	12	12	Saskatchewan	8
27	27	30	30	31	31	Alberta	9
36	36	37	38	40	40	Colombie-Britannique	10
1	1	1	1	1	1	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
428	433	437	440	448	448	CANADA	12

TABLEAU 43. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981

July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	Nº
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
1	12	12	12	12	12	Calgary	1
0	11	11	11	12	12	Edmonton	2
7	7	7	7	7	7	Halifax-Dartmouth	3
9	9	9	9	9	9	Hamilton	4
8	48	48	48	48	48	Montréal	5
7	18	18	18	18	18	Ottawa-Hull	6
9	9	9	9	11	11	Ville de Québec	7
4	45	45	45	46	46	Toronto	8
4	14	14	14	14	14	Vancouver	9
5	16	16	16	16	16	Winnipeg	10

LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

MAJOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS TRADITIONNELS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland
Bowring Bros. Ltd., 281 Water St., St. John's, Newfoundland
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., 4910-50th St., Lloydminster, Saskatchewan
Ogilvy, Charles, Ltd., 126 Rideau St., Ottawa, Ontario
Ogilvy's, James A., Ltd., Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario
Robinson, The G.W., Co. Ltd., 18 James St., Hamilton, Ontario
Simpsons Ltd., 401 Bay St., Toronto, Ontario
Simpson Sears Ltd., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
Smith's & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario
Woodward Stores (Alta.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia
Woodward Stores (B.C.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

JUNIOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS POPULAIRES

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
Sentry Dep't. Stores Ltd., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario
Steinberg Inc., Miracle Mart Division, 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario
Zeller's Ltd., 5250 Decarie Blvd., Montréal, Québec

SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Merchandising and Services Division in the Retail Trade sector.

Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil. 36 pp. First Issue, 1938. (ISSN 0380-7045).

Total sales and number of outlets, by province and selected metropolitan area, and sales and inventories by department, Canada.

- 63-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil. 1 pp. First Issue, 1950. (ISSN 0709-8650).

Total sales and percentage changes of sales, by region.

- 63-005 Retail Trade. Monthly. Bil. Approx. 65 pp. First Issue, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total retail sales by province and kind of business, for chain and independent stores; seasonally adjusted sales, Canada.

- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil. Approx. 15 pp. First Issue, 1932. (ISSN 0705-5595).

Number and value of new passenger cars, trucks and buses sold by province and by origin (Canada and U.S. or imported). Monthly unit sales, by type and origin, seasonally adjusted.

- 63-014 Merchandising Inventories. M. Bil. 24 pp. First Issue, 1972. (ISSN 0380-7177).

Inventories and stocks/sales ratios, by type of trade for wholesale, by department for department stores, by kind of business for chain stores and independent stores: quarterly percentage changes for independent stores by kind of business.

- 63-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil. Approx. 74 pp. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total retail sales by chain and department stores including data on floor area, inventory and accounts receivable.

CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division du commerce et des services.

Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil. 36 pages. Premier numéro, 1938. (ISSN 0380-7045).

Ventes totales et nombre de points de ventes par provinces et certaines régions métropolitaines, ventes et stocks par rayon, Canada.

- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil. 1 page. Premier numéro, 1950. (ISSN 0709-8650).

Variations en pourcentage et ventes par région.

- 63-005 Commerce de détail. Mensuel. Bilingue. Environ 65 pages. Premier numéro, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total des ventes au détail par province et genre de commerce, pour les magasins à succursales et les magasins indépendants; chiffres désaisonnalisés, Canada.

- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil. Environ 15 pages. Premier numéro, 1932. (ISSN 0705-5595).

Nombre et valeur des voitures particulières, des camions et des autobus neufs vendus par province et par lieu d'origine (Canada et É.-U. ou importés). Ventes unitaires mensuelles selon le type et l'origine, après désaisonnalisation.

- 63-014 Stocks commerciaux. M. Bil. 24 pages. Premier numéro, 1972. (ISSN 0380-7177).

Stocks et rapports stocks/ventes, par genre de commerce pour le commerce de gros, par rayon pour les grands magasins et par genre de commerce pour les magasins à succursales et magasins indépendants: variations trimestrielles en pourcentage pour les magasins indépendants suivant le genre de commerce.

- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil. Environ 74 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total des ventes au détail pour les magasins à succursales et les grands magasins, incluant des données sur la superficie total, des stocks, et comptes à recevoir.

Catalogue

- 63-213 Vending Machine Operators. A. Bil. 21 pp. First Issue, 1958. (ISSN 0527-6411).

Sales of merchandise through automatic vending machines, by type of machine and location, Canada and provinces.

- 63-218 Direct Selling Canada. A. Bil. 14 pp. First Issue, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Sales of various commodities by method of distribution; door-to-door, mail order, etc.

- 63-219 Campus Book Stores, A. Bil. Approx. 8 pp. First Issue, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Retail sales by commodities, employees and payroll, by regions, provinces and Canada, for academic years.

- 63-224 Market Research Handbook. A. Bil. 700 pp. First Issue, 1975. (ISSN 0590-9325).

The data cover such topics as general economic indicators, population characteristics, personal income and expenditure and household facilities.

- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil. 695 pp. (ISBN 0-660-506-13-0). The publication provides revised retail trade estimates for the years 1972 to 1979, both unadjusted and seasonally adjusted and also sections on definitions, concepts, classifications, methodology and data reliability.

Operating Results - Retail Trades. O. Bil. 29 pp. First Issue, 1974.

Reports in the Operating Results series contain ratios (percentages of net sales) for: purchases, inventories, cost of goods sold, gross profit, operating expense items and net profit.

Catalogue

- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A. Bil. 21 pages. Premier numéro, 1958. (ISSN 0527-6411).

Ventes de marchandise selon le genre de machine et l'emplacement, Canada et provinces.

- 63-218 La vente directe au Canada. A. Bil. 14 pages. Premier numéro, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Ventes de divers produits, par mode de distribution: démarchage, poste, etc.

- 63-219 Librairies de campus. A. Bil. Environ 8 pages. Premier numéro, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Ventes au détail par article, ainsi que nombre d'employés et la paye, par région par province et au Canada par année scolaire.

- 63-224 Manuel statistique pour études de marché. A. Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975. (ISSN 0590-9325).

Les données portent sur des sujets tels que les indicateurs économiques généraux, les caractéristiques de la population, le revenu et les dépenses des particuliers et l'équipement ménager.

- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H. Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0). Cette publication contient des données brutes et désaisonnées, révisées de 1972 à 1979, des sections sur les définitions, les concepts, de classement, la méthodologie ainsi que des renseignements sur la fiabilité des données.

Résultats d'exploitation - Commerce de détail. H. Bil. 29 pages. Premier numéro, 1974.

Les bulletins de la série des Résultats d'exploitation contiennent des ratios (pourcentages des ventes nettes) pour les achats, les stocks, le coût des biens vendus, les bénéfices bruts, les dépenses d'exploitation et les bénéfices nets.

Catalogue

The following reports on Operating Results are available.

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1979
- 63-604 Independent Women's Retail Clothing Stores, 1975
- 63-605 Independent Retail Hardware Stores, 1976
- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977
- 63-607 Retail Drug Stores, 1978
- 63-608 Retail Florists, 1979
- 63-609 Independent Retail Jewellery Stores, 1978

M. - Monthly A.- Annual Bil.- Bilingual
O.- Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available free on request from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue

Les publications suivantes sur les résultats d'exploitation sont maintenant disponibles.

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1979
- 63-604 Magasins indépendants de vente au détail de vêtements pour dames, 1975
- 63-605 Magasins indépendants de vente au détail de quincaillerie, 1976
- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977
- 63-607 Pharmacies au détail, 1978
- 63-608 Magasins de fleuristes, vente au détail, 1979
- 63-609 Magasins indépendants de vente au détail de bijouterie, 1978

M. - Mensuel A.- Annuel Bil.- Bilingue
H.- Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et social du Canada. On peut se procurer gratuitement un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Department store sales and stocks

July 1982

Ventes et stocks des grands magasins

Juillet 1982



Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Merchandising and Services Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V4 (Telephone: 996-9304) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Winnipeg (949-4020)
Halifax (426-5331)	Regina (359-5405)
Montréal (283-5725)	Edmonton (420-3027)
Ottawa (992-4734)	Vancouver (666-3691)
Toronto (966-6586)	

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zénith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-282-8006
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by Northwest Telephone Co.)	Zénith 0-8913
Northwest Territories (area served by Northwest Telephone Co.)	Zénith 2-2015

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographique sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinarisée et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Division du commerce et des services,
Section de commerce détail,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V4 (téléphone: 996-9304) au centre de consultation de Statistique Canada à:

St-John's (772-4073)	Winnipeg (949-4020)
Halifax (426-5331)	Regina (359-5405)
Montréal (283-5725)	Edmonton (420-3027)
Ottawa (992-4734)	Vancouver (666-3691)
Toronto (966-6586)	

Un service de communication sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs habitant à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-282-8006
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la Northwest Telephone Co.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la Northwest Telephone Co.)	Zénith 2-2015

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes et de la distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Statistics Canada
Merchandising and Services Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

July 1982

Published under the authority of
the Minister of Supply and
Services Canada
Statistics Canada should be credited when
reproducing or quoting any part of this document

Minister of Supply
and Services Canada 1982

October 1982
5-3406-503

Prix: Canada, \$3.00, \$30.00 a year
Autres pays, \$3.60, \$36.00 a year

Catalogue 63-002, Vol. 47, No. 7

ISSN 0380-7045

Ottawa

Statistique Canada
Division du commerce et des services
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Juillet 1982

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

Reproduction ou citation autorisée sous réserve
d'indication de la source: Statistique Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1982

Octobre 1982
5-3406-503

Prix: Canada, \$3.00, \$30.00 par année
Autres pays, \$3.60, \$36.00 par année

Catalogue 63-002, vol. 47, n° 7

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or, in this publication less than half unit expressed.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM staff, Current Economic Analysis Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-995-7406), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou, dans la présente publication, inférieur à la moitié de l'unité exprimée.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais du terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel CANSIM, Division de l'analyse de conjoncture, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-995-7406), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	vii
Definitions	viii
Methodology	ix
Data Reliability	x
Non-sampling Errors	x
Non-sampling Error Measures	xi
Seasonal Adjustment	xiii
Explanatory Notes	xiv

Charts

Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982	xvii
Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982	xvii
Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1980-1982	xviii
Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1980-1982	xix
Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1980-1982	xix
Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization	xx
Highlights	xxi

Table

Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982	2
--	---

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	vii
Définitions	viii
Méthodologie	ix
Fiabilité des données	x
Erreurs non liées à l'échantillonnage	x
Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage	xi
Désaisonnalisation	xiii
Notes explicatives	xiv

Graphiques

1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1980-1982	xvii
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1980-1982	xvii
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail Total, par mois, Canada, 1980-1982	xviii
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1980-1982	xix
5. Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982	xix
6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisation	xx
Points saillants	xxi

Tableau

1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	2
---	---

TABLE OF CONTENTS - Continued

TABLES DES MATIÈRES - suite

Table	Page
2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982	4
3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982	6
4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	6
5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982	8
6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	8
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982	10
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	10
9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982	12
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	12
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982	14
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	14
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982	16
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	16
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982	18
16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982	19
17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	19

Tableau

2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1981 et 1982
3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1981 et 1982
4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982
5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982
6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982
7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982
8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982
9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1981 et 1982
10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982
11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982
12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982
13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982
14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982
15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982
16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1981 et 1982
17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

TABLE OF CONTENTS - Continued

	Page
3. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982	20
9. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	20
10. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982	21
11. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	21
12. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981 and 1982	22
13. Department Store Monthly Sales as a Percentage of Total Retail Trade, by Province, 1981 and 1982	23
14. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1981 and 1982	24
15. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982	26
16. Department Store Monthly Stock-Sales Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982	28
17. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, 1981 and 1982	30
18. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1980-1982	32
19. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982	32
20. Department Store Sales, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1982 and 1983	34
21. Department Store Stocks, MCD and Seasonal Factors, 1982 and 1983	36
22. List of Department Store Organizations	38
23. Selected Publications	39

TABLES DES MATIÈRES - suite

	Page
Tableau	
18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982	20
19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	20
20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982	21
21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	21
22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981 et 1982	22
23. Proportions procentuelles mensuelles des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province, 1981 et 1982	23
24. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	24
25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1981 et 1982	26
26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	28
27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	30
28. Montants à recevoir, non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982	32
29. Montants à recevoir, désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982	32
30. Ventes des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1982 et 1983	34
31. Stocks des grands magasins, MDC et coefficients de corrections des variations saisonnières, 1982 et 1983	36
Liste des organisations de grands magasins	38
Choix de publications	39

INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services. A "List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Merchandising and Services Division, to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments", however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a total unit; that is, it competes in the marketplace as one structure, rather than as a number of smaller stores.

INTRODUCTION

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division du commerce et des services. (Bien que le recensement mesure également les activités des "établissements", cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement unique et non comme un regroupement de petits magasins.

Definitions

Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics. It must sell the following general lines of merchandise:

Family clothing and apparel. This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least six of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

Furniture, appliance and home furnishings.

This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least four of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

All other (miscellaneous). This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, such as: toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at

Définitions

Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada, un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes:

Vêtements pour la famille. Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniforme; manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; articles d'habillement pour hommes; vêtements et articles d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins six des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou articles d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20% des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe de vêtements pour la famille.

Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine; verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de jour, salle à manger ou chambre à coucher; appareils, télévision, radio et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins quatre des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10 % des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

Tous autres articles (divers). Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus, telles que: articles de toilette, cosmétiques; médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus; bijoux; articles de sport et valises; papeterie, livres et revues; et aliments.

least **three** different commodity lines with at least one of these lines representing more than 50% of the **total** store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

Total net sales and receipts are defined as the total sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

Stocks are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or as at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

Accounts receivable are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

Junior Department Stores are defined as retailing entities which sell the same wide range of goods (see department store definition) that are sold in the more traditional (major) department stores and are popularly described as discount operations.

Methodology

The **monthly sales values**, published at the Canada, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The **monthly sales values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdown of sales. The percentage

Nota: Le magasin doit tenir au moins **trois** des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50% des ventes **globales** du magasin. Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

Les **ventes et recettes nettes totales** sont définies comme le total des ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

Les **stocks** englobent la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

Par **comptes à recevoir** on entend les comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dus en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

Les **grands magasins populaires** sont définis comme étant des points de ventes au détail qui offre la même vaste gamme d'articles (voir la définition d'un grand magasin) que les grands magasins traditionnels et qui sont généralement considérés comme des magasins à prix réduits.

Méthodologie

Le **chiffre des ventes mensuelles**, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des sociétés de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100%, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le **chiffre des ventes mensuelles par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes. La répartition en pourcentage des ventes

distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada sales total in order to provide an estimate of sales by department at the Canada level.

The monthly stock values by department, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sales ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The monthly accounts receivable values, published at the Canada level, are based on a panel of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

Data Reliability

Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

Data response error. This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

par rayon obtenues auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des ventes totales pour le pays afin d'établir une estimation des ventes par rayon pour l'ensemble du Canada.

Le chiffre des stocks mensuels par rayon publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise de ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le chiffre des comptes à recevoir mensuel pour l'ensemble du pays provient des sociétés de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtes retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.

Fiabilité des données

Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ couvert par l'enquête. L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou à des variations, d'un interviewer à l'autre et selon le mode de communication retenu, dans l'explication des questions et dans l'interprétation des réponses.

Non-response error. Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

Processing error. These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates in this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error. Two response measures are derived, namely, the **response rate**, which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the response rate, and is the proportion of published data which is based upon actual reported data.

The units used in the Department Store Sales and Stocks Survey for derivation of response rate is based on (1) the survey area - the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations and (2) the organizational unit - the department store firm (company) themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in a province would be considered as one survey

La non-réponse. Certains enquêtés refusent de répondre, d'autres en sont incapables et d'autres encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, si elles existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

Le traitement. L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. S'agissant des estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreur. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) les unités d'enquête - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) les unités organisationnelles - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'en-

unit and one organizational unit while a firm reporting for five stores in Vancouver, 10 in British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as three survey units but only one organizational unit.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example, a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

quête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sans Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins. Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités organisationnelles dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités représentent \$8 millions sur l'estimation publiée de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation, dans un tel cas, il faudrait tenir compte de deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1982
July

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1982
Juillet

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	100.0	100.0	100.0
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	56.0	87.8
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	40.0	59.3
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	93.8	99.9

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time." (1) In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal variations and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method (2) to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of raw data onto the end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated values are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program is primarily the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these calculations have been repeated several times. (3)

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be due to irregular movements; to get a better

(1) "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," *Canada Statistical Review*, August 1974.

(2) For further information see the **X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method**, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

See next page.

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps" (1). L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles; la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI (2) afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolation prospective et retrospective réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises (3).

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent être de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure

(1) La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la *Revue statistique du Canada*, Août 1974.

(2) Pour plus ample information voir **La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI**, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, no. 12-564F au catalogue, hors série.

(3) Voir page suivante.

idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.(3) The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Constant Dollar Estimate

To obtain constant dollar estimates of total department store sales (Text Table II), estimates of sales by department group are deflated using department group implicit price indices supplied by the Industry Product Division of Statistics Canada. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The published price index is an implicit index calculated by dividing the total current dollar sales estimate by the total constant dollar sales estimate.

Explanatory Notes

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

(3) See Tables 30 and 31.

idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, ils disposent des mois à dominance cyclique, ou MDC.(3) Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieure à l'unité; autrement dit, c'est la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable et indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées dont la période est égale au MCD tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MCD permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Estimations en dollars constants

Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants (tableau explicatif II), les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées au moyen d'indices implicites de prix appropriés fournis par la Division du produit industriel de Statistique Canada. Les estimations de ces groupes de rayons ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'indice des prix qui est publié est un indice implicite obtenu en divisant le chiffre estimatif des ventes totales en dollars courants par l'estimation correspondante en dollars constants.

Notes explicatives

Les variations des ventes en pourcentage présentée dans la présente publication est fondée sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elle tient compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elle ne se limite pas aux magasins qui ont été exploités pendant toutes les périodes en cause.

(3) Voir les tableaux 30 et 31.

XT TABLE II. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1980-1982

BLEAU EXPLICATIF II. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1980-1982

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year per cent change	Constant 1971 dollars unadjusted	Year/year per cent change
Période	Indice des prix	Dollars courants non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1971 non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année
		'000	%	'000	%
January - Janvier	168.3	562,328	+ 16.2	334,122	+ 6.3
February - Février	172.4	521,533	+ 15.9	302,513	+ 5.6
March - Mars	174.0	618,539	+ 1.1	355,482	- 8.4
April - Avril	176.3	684,365	+ 12.5	388,182	+ 1.9
May - Mai	178.7	767,974	+ 11.9	429,756	+ 0.9
June - Juin	179.2	692,120	+ 2.0	386,228	- 7.9
July - Juillet	178.1	709,231	+ 14.1	398,221	+ 3.2
August - Août	180.0	731,863	+ 3.7	406,591	- 6.3
September - Septembre	181.0	805,650	+ 11.4	445,110	+ 1.1
October - Octobre	181.9	824,123	+ 11.2	453,064	+ 1.5
November - Novembre	184.3	990,566	+ 7.6	537,475	- 2.0
December - Décembre	184.1	1,458,479	+ 12.1	792,221	+ 2.3
Year - Année	179.1	9,366,771	+ 9.8	5,228,965	- 0.9
January - Janvier	185.2	643,821	+ 14.5	347,636	+ 4.0
February - Février	189.3	568,767	+ 9.1	300,458	- 0.7
March - Mars	190.0	688,718	+ 11.3	362,483	+ 2.0
April - Avril	192.1	793,595	+ 16.0	413,116	+ 6.4
May - Mai	193.5	822,881	+ 7.1	425,261	- 1.0
June - Juin	193.3	835,934	+ 20.8	432,454	+ 12.0
July - Juillet	193.2	757,743	+ 6.8	392,207	- 1.5
August - Août	195.2	786,492	+ 7.5	402,915	- 0.9
September - Septembre	195.7	848,390	+ 5.3	433,516	- 2.6
October - Octobre	198.1	892,549	+ 8.3	450,555	- 0.6
November - Novembre	199.0	1,036,498	+ 4.6	520,853	- 3.1
December - Décembre	198.1	1,542,685	+ 5.8	778,741	- 1.7
Year - Année	194.3	10,218,073	+ 9.1	5,260,195	+ 0.6
January - Janvier	198.6	600,079	- 6.8	302,155	- 13.1
February - Février	204.8	577,906	+ 1.6	282,181	- 6.1
March - Mars	204.1	694,447	+ 0.8	340,248	- 6.1
April - Avril	206.4	791,728	- 0.2	383,589	- 7.1
May - Mai	208.5	811,119	- 1.4	389,025	- 8.5
June - Juin	207.4	790,742	- 5.4	381,264	- 11.8
July - Juillet	205.7	763,975	+ 0.8	371,402	- 5.3
August - Août					
September - Septembre					
October - Octobre					
November - Novembre					
December - Décembre					
Year - Année					

The stock-sales ratios(4) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stocks ratios(5) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table III for the number of shopping days the current publication is based on.

(4) See Table 26.

(5) See Table 27.

On obtient les ratios stocks-ventes(4) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks(5) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement.

La liste de référence des marchandises, qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

Les chiffres révisés des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif II donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

(4) Voir tableau 26.

(5) Voir tableau 27.

TEXT TABLE III. Number of Shopping Days, by Month, 1981 and 1982

TABLEAU EXPLICATIF III. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1981 et 1982

	1982		1981	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	25	5	26	5
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	27	4	26	5
April - Avril	25	4	25	4
May - Mai	26	5	26	5
June - Juin	26	4	26	4
July - Juillet	26	5	26	4
August - Août	26	4	25	5
September - Septembre	25	4	25	4
October - Octobre	25	5	26	5
November - Novembre	26	4	25	4
December - Décembre	26	3	26	4

Chart — 1

Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982

Graphique — 1

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1980-1982

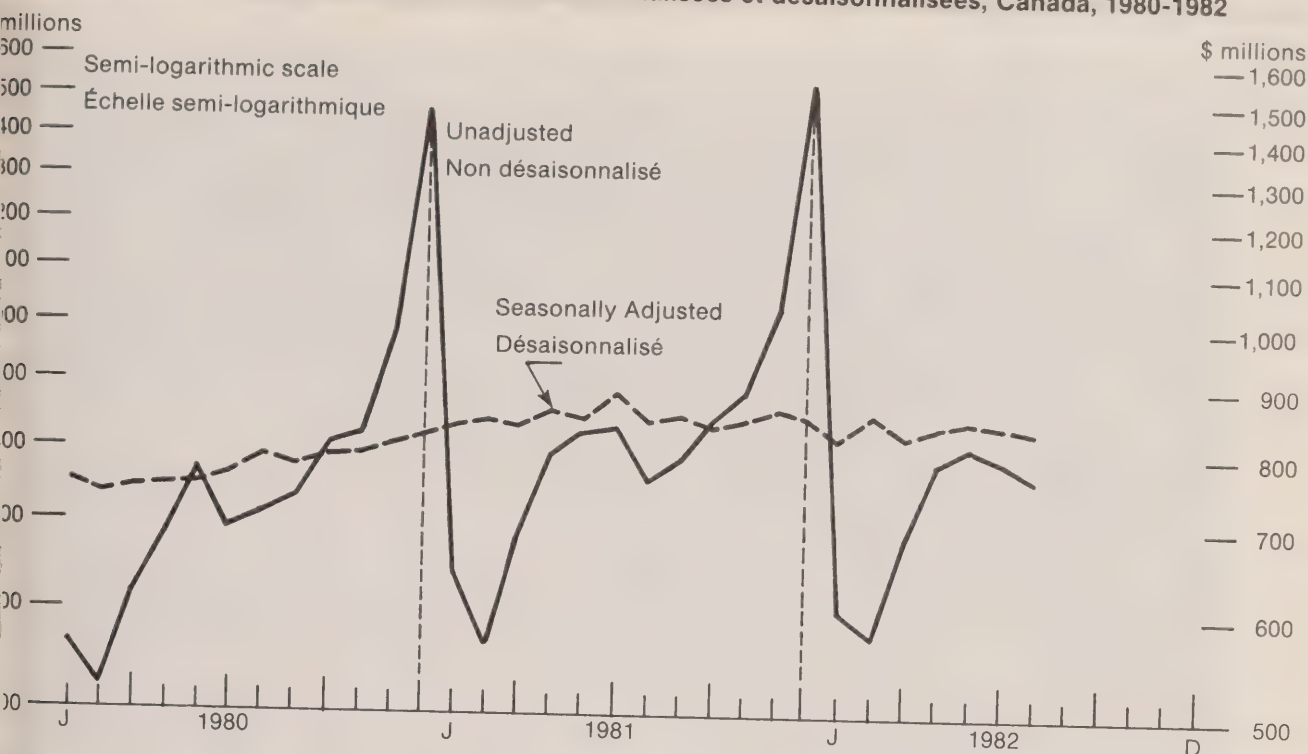


Chart — 2

Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982

Graphique — 2

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1980-1982

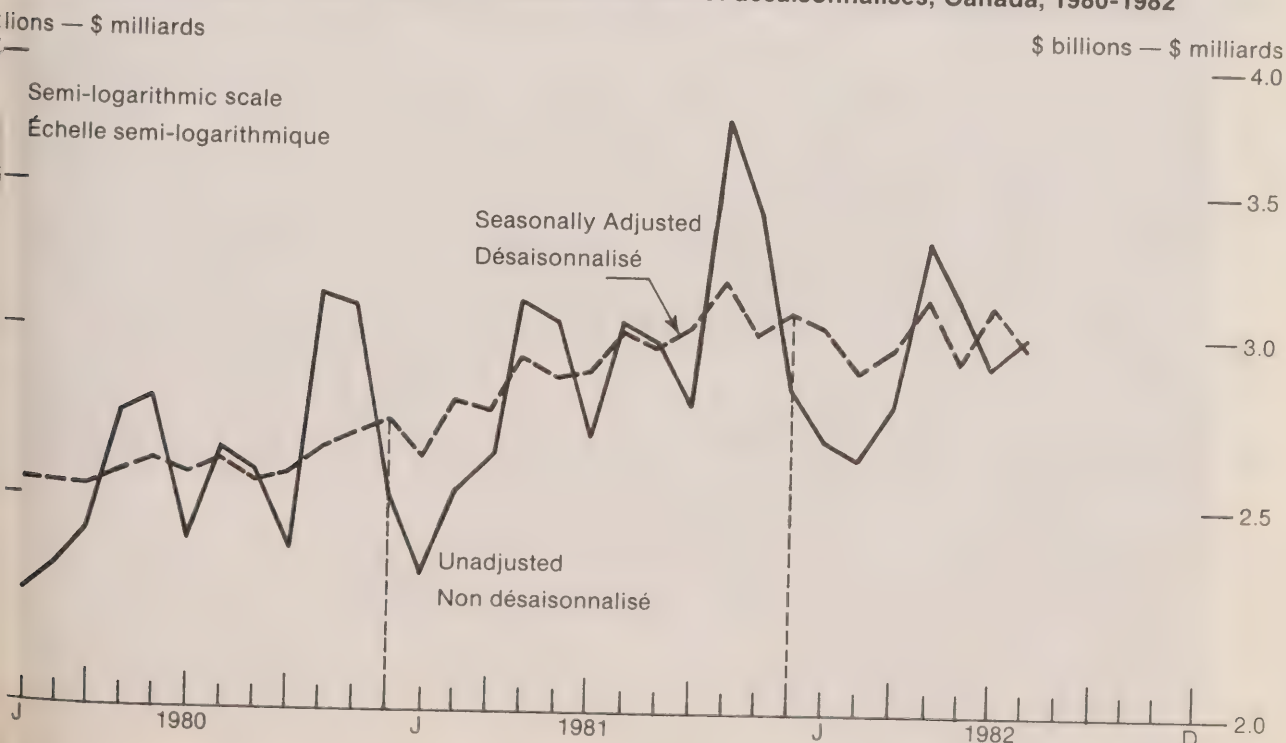


Chart — 3

Graphique —

Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1980-1982

Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1980-1982

\$ billions
\$ milliards

\$ billion
\$ milliard

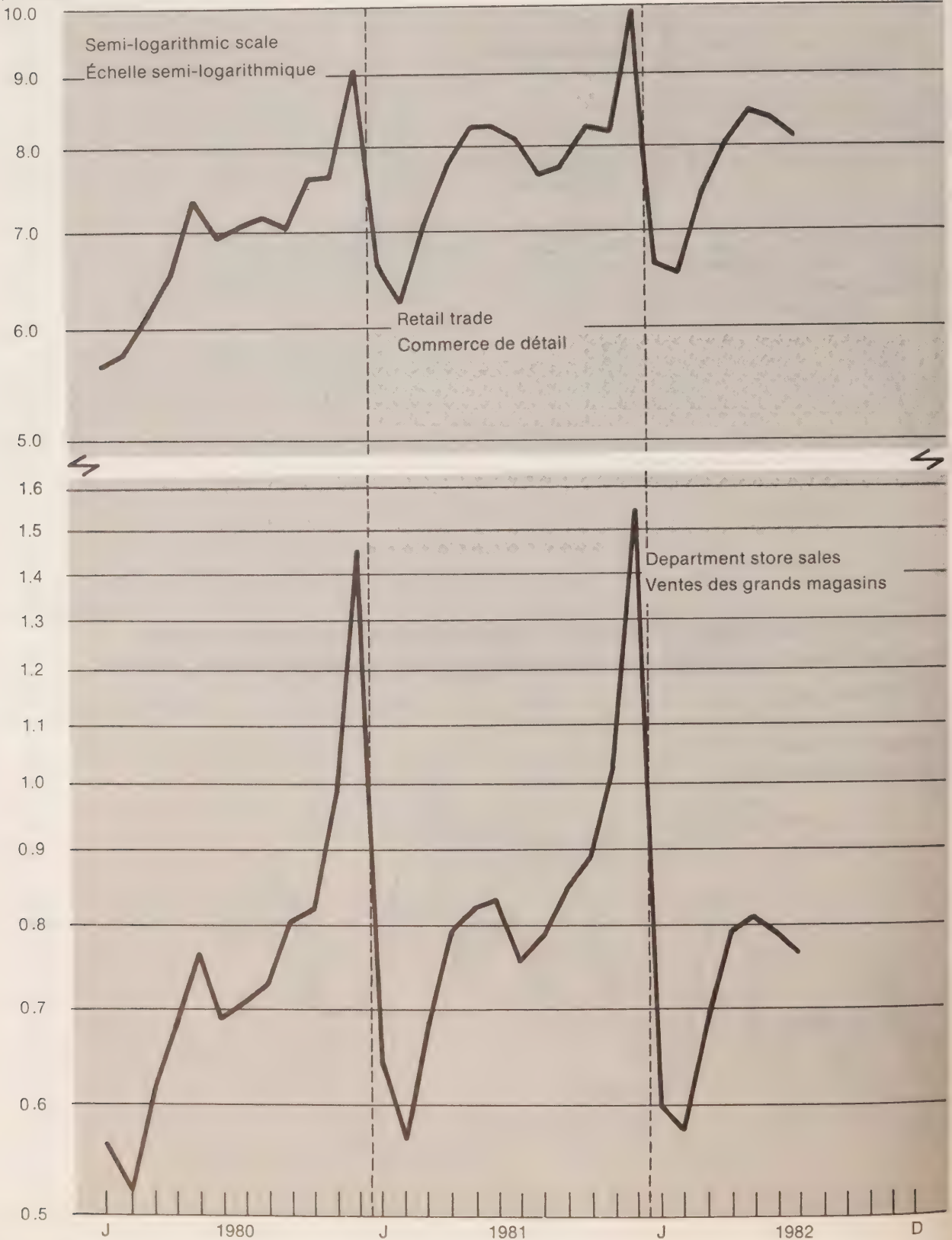


Chart — 4

Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1980 – 1982

Graphique — 4

Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1980 – 1982

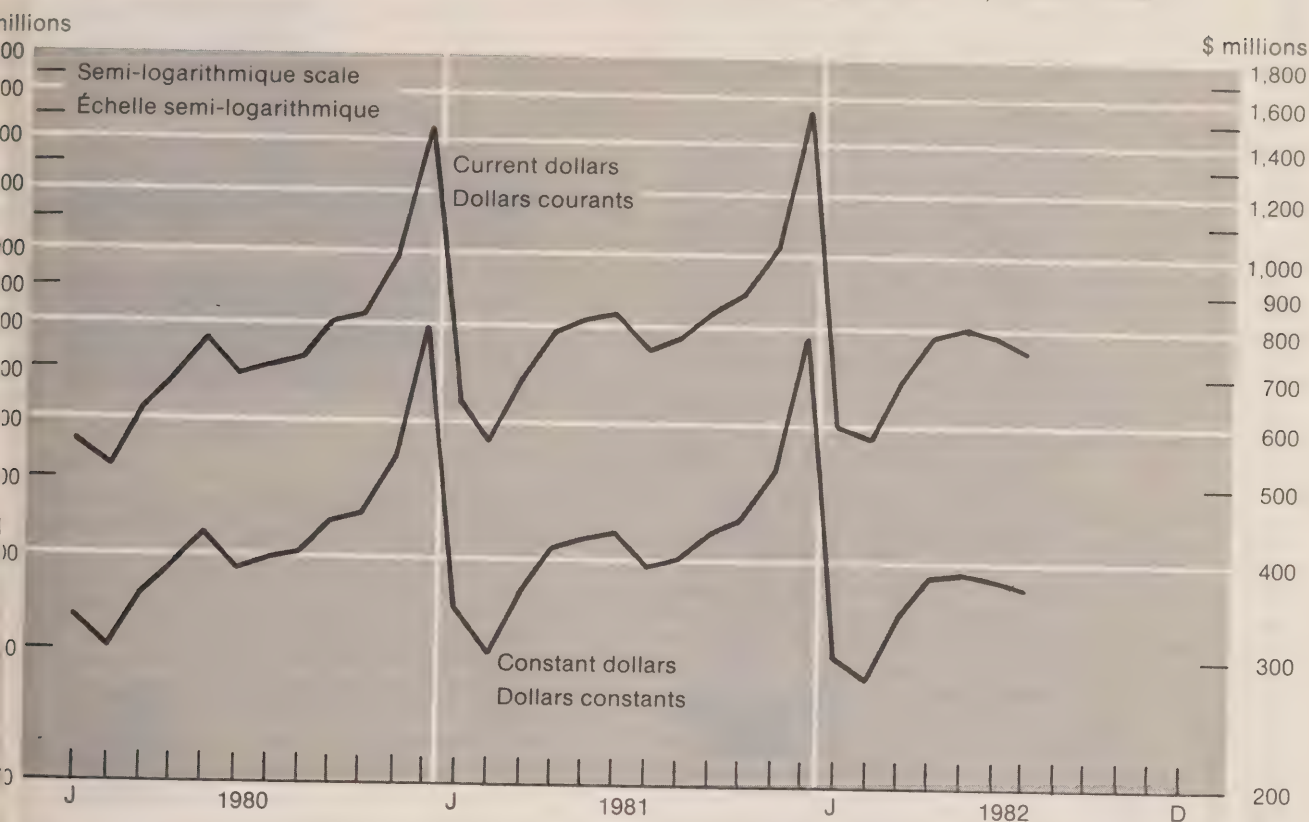


Chart — 5

Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1980-1982

Graphique — 5

Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982

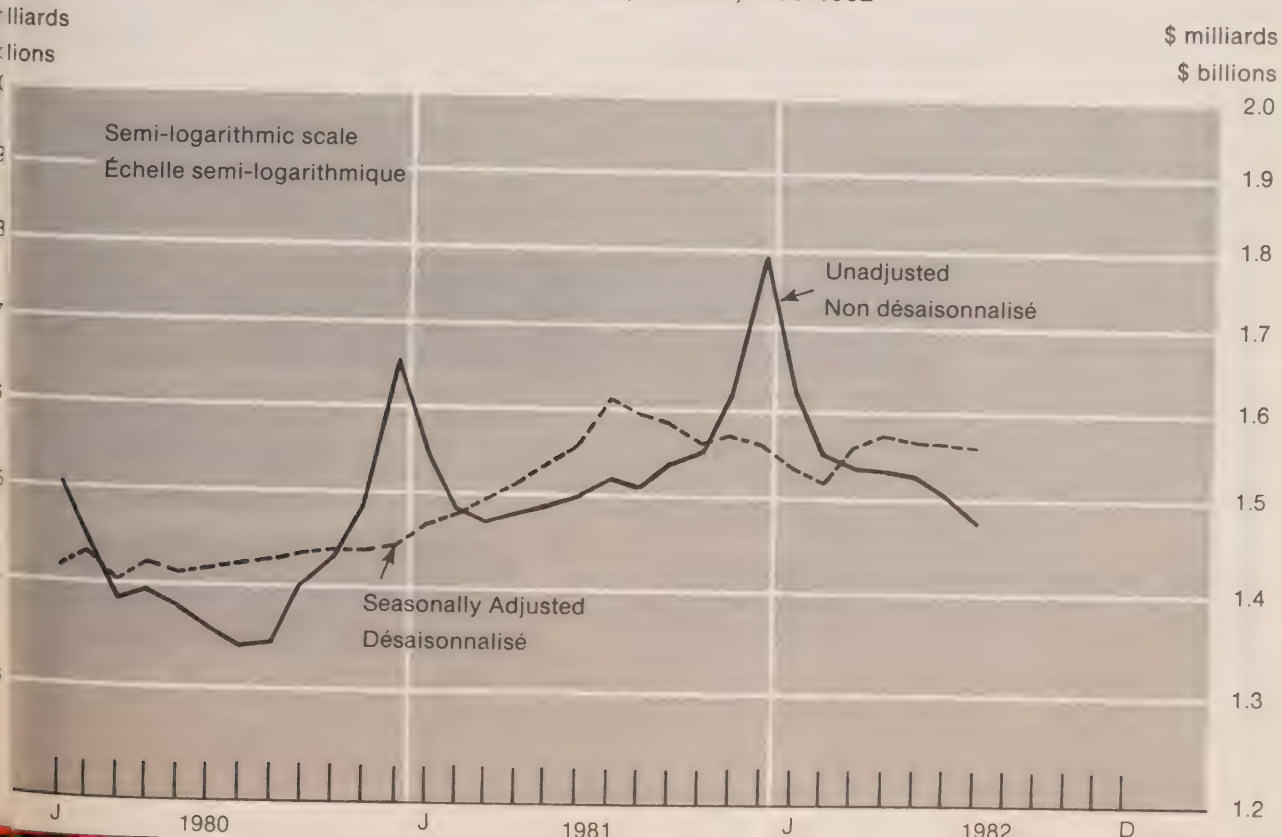
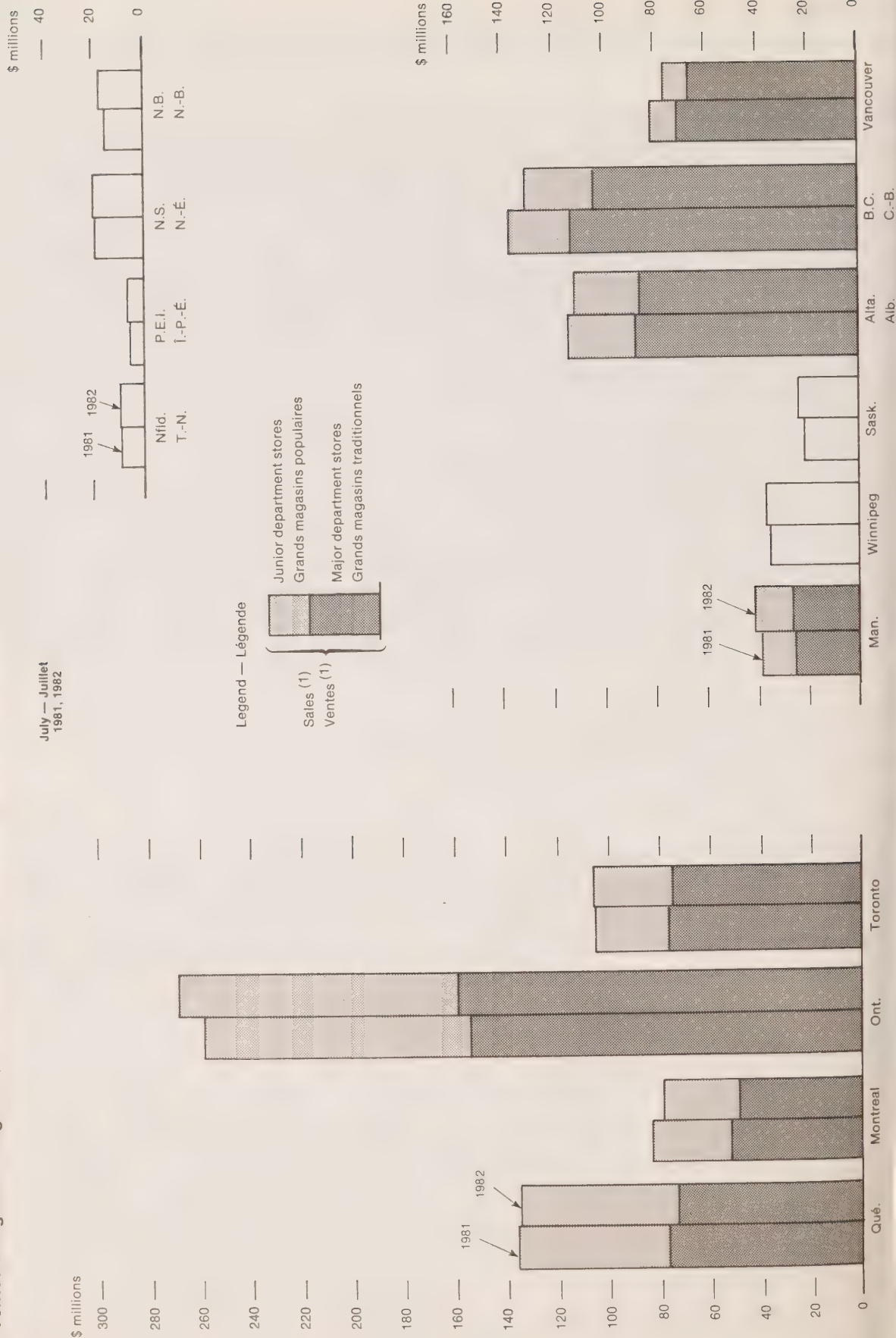


Chart — 6

Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization

Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations



HIGHLIGHTS

Department store sales, adjusted for seasonal variations, decreased 1.5% to \$831.3 million from June, 1982 to July, 1982. Twenty-four of the forty departments registered sales decreases with draperies, curtains and furniture coverings (- 10.5%), men's and domestics (- 10.2%) and boy's clothing and furnishings (- 10.0%) showing the most notable decreases. Plumbing, heating and building material (+ 23.1%), women's and misses' coats and suits (+ 7.5%) and china and glassware (+ 6.5%) recorded the largest sales increases.

Total unadjusted sales increased slightly 0.8% to \$764.0 million from July, 1981 to July 1982. The largest sales increases were reported in furs (+ 26.9%), plumbing, heating and building materials (+ 20.1%) and in all other departments (+ 10.2%) while draperies, curtains and furniture coverings (- 10.7%), lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings (- 10.4%) and major appliances (- 8.5%) had the largest decreases.

In July 1982, major department store organizations sales decreased 1.7% from July, 1981 to \$477.6 million while junior department store organizations reported sales of \$36.4 million, which is an increase of 5.3% from July, 1981.

In comparison to last year, all provinces except Quebec (- 1.0%), Alberta (- 2.4%) and British Columbia (- 5.4%) showed sales increases. The largest increases were in New Brunswick (+ 14.0%) and Prince Edward Island (+ 13.6%).

Cumulative sales reached \$5,030.0 million during the first seven months of the year, down 1.6% from a year earlier.

The selling value of stocks held in July, 1982, without seasonal adjustment, totalled \$3,006.6 million and were 1.1% lower than July, 1981 stocks. Seasonally adjusted stocks decreased by 4.6% to \$2,966.6 million.

There were 794 department store locations in operation in Canada during July, 1982, 2 less than in June, 1982 and 38 more than in

POINTS SAILLANTS

Les ventes des grands magasins désaisonnalisées ont diminué de 1.5% de juin à juillet 1982 pour ce chiffrer à \$831.3 millions. Parmi les vingt-quatre rayons pour lesquels on a constaté des baisses de ventes, les rayons des tentures, rideaux et housses (- 10.5%), de literie et linge de maison (- 10.2%) et de vêtements et articles d'habillement pour garçon (- 10.0%) ont montré les diminutions les plus notables. Les rayons de matériel de plomberie, chauffage et construction (+ 23.1%), de manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles (+ 7.5%) et de porcelaine et verrerie (+ 6.5%) ont rapporté les accroissements de ventes les plus importants.

En juillet 1982, le total non désaisonnalisé des ventes a légèrement augmenté de 0.8% par rapport à juillet 1981 pour s'établir à \$764.0 millions. On a constaté les augmentations majeures dans les rayons des fourrures (+ 26.9%), de matériel de plomberie, chauffage et construction (+ 20.1%) et dans tous les autres rayons (+ 10.2%) alors que les rayons des tentures, rideaux et housses (- 10.7%), de lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison (- 10.4%) et des gros appareils ménagers (- 8.5%) ont signalé les diminutions de ventes les plus importantes.

En juillet 1982 les ventes des grands magasins traditionnels se sont inscrites en baisse de 1.7% par rapport à celles de juillet 1981 avec \$477.6 millions, tandis que les grands magasins populaires avec des ventes de \$286.4 millions ont enregistré une hausse de 5.3%.

Comparativement à l'année dernière, toutes les provinces sauf le Québec (- 1.0%), l'Alberta (- 2.4%) et la Colombie-Britannique (- 5.4%) ont inscrit des ventes accrues. Les augmentations les plus remarquables l'ont été au Nouveau-Brunswick (+ 14.0%) et à l'Île-du-Prince-Édouard (+ 13.6%).

Les ventes cumulative pour les sept premiers mois de l'année ont atteint \$5,030.0 millions, soit 1.6% de moins que l'année dernière.

La valeur marchande des stocks détenus en juillet 1982, sans ajustements saisonniers a totalisé \$3,006.6 millions soit une baisse de 1.1% par rapport à juillet 1981. La valeur désaisonnalisée des stocks a chuté de 4.6% pour se chiffrer à \$2,966.6 millions.

On a dénombré 794 points de vente en opération au Canada durant le mois de juillet 1982, soit 2 de moins qu'en juin 1982 et 38 de plus qu'en

July, 1981. 342 locations were operated by major department store organizations and 452 by junior department store organizations.

Total department store sales accounted for 9.1% of total retail trade in Canada, in July, 1982, down from the 9.3% recorded in July, 1981.

juillet 1981. De ce nombre, 342 points de ventes étaient opérés par les sociétés de grands magasins traditionnels et 452 par les sociétés de grands magasins populaires.

Les ventes des grands magasins en juillet 1982 ont contribué à 9.1% du commerce de détail total au Canada, soit une baisse par rapport au 9.3% mesuré en juillet 1981.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982

		1982							1981
Department		January	February	March	April	May	June	July	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	June	Juillet	Juillet
No.		thousands of dollars							
		milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,164	10,515	13,752	17,504	20,909	17,713	15,442	16,176
2	Women's and misses' coats and suits	10,424	9,982	14,248	14,442	7,239	5,514	6,852	6,968
3	Women's and misses' sportswear	25,164	29,081	39,553	46,006	50,966	43,691	42,236	40,102
4	Furs	4,191	3,399	2,942	682	584	600	1,743	1,373
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	15,429	15,318	19,462	24,022	21,728	19,975	20,559	20,064
6	Girls' and teenage girls' wear	7,450	9,932	15,209	16,916	15,631	13,812	13,200	12,514
7	Lingerie and women's sleepwear	8,947	10,269	12,327	15,114	16,169	14,963	15,370	14,883
8	Intimate apparel	6,663	6,620	8,473	9,821	10,002	9,781	9,298	9,121
9	Millinery	1,362	892	912	1,164	973	884	937	880
10	Women's and girls' hosiery	7,532	6,687	8,687	10,305	9,269	8,211	6,870	6,326
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	8,098	7,850	10,661	12,799	12,467	10,763	9,477	10,100
12	Women's, misses' and children's footwear	12,965	11,946	19,399	24,904	24,820	21,959	17,547	17,647
13	Men's clothing	22,428	20,974	31,839	32,873	31,956	34,822	24,905	25,607
14	Men's furnishings	21,340	20,470	26,494	30,679	32,116	41,477	31,437	28,538
15	Boys' clothing and furnishings	6,041	6,080	9,159	12,078	10,692	9,958	8,916	8,615
16	Men's and boys' footwear	9,287	7,882	11,630	16,039	15,822	15,145	11,615	11,922
17	Food and kindred products	48,298	56,337	50,655	59,920	57,659	49,657	50,769	48,828
18	Toiletries, cosmetics and drugs	33,472	33,602	38,125	41,291	40,212	40,368	40,718	37,578
19	Photographic equipment and supplies	9,033	7,960	9,824	11,189	11,046	13,690	13,730	13,638
20	Piece goods	3,866	3,848	4,921	4,760	4,558	4,016	3,589	3,600
21	Linens and domestics	23,688	14,543	18,188	19,863	20,828	24,776	26,567	26,971
22	Smallwares and notions	8,695	7,079	7,396	7,753	6,309	6,490	6,863	7,182
23	China and glassware	7,319	7,485	9,533	10,004	10,802	9,503	10,000	10,887
24	Floor coverings	9,052	9,638	11,828	11,862	11,299	11,557	11,691	12,872
25	Draperies, curtains and furniture coverings	9,524	9,312	13,646	14,957	14,608	15,864	15,154	16,972
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,078	5,584	7,019	6,800	7,122	7,098	7,637	8,524
27	Furniture	37,565	31,181	35,745	36,630	40,456	39,381	43,626	47,539
28	Major appliances	35,255	27,544	31,403	31,730	32,420	35,622	41,554	45,411
29	Television, radio and music	27,745	23,480	29,072	28,213	25,000	27,482	30,271	29,586
30	Housewares and small electrical appliances	22,897	25,215	24,140	29,542	31,997	30,992	32,535	31,439
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	21,155	20,257	20,568	26,286	35,716	30,751	26,766	26,987
32	Plumbing, heating and building materials	6,267	6,404	7,385	10,670	12,885	11,003	11,774	9,805
33	Jewellery	9,668	11,294	15,407	16,885	17,963	17,432	16,696	16,521
34	Toys and games	6,915	7,822	9,712	14,068	11,793	12,307	13,446	12,997
35	Sporting goods and luggage	19,872	16,080	21,002	28,150	35,060	36,356	31,773	30,782
36	Stationery, books and magazines	17,447	18,133	18,481	20,175	19,630	20,578	19,930	18,478
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	16,159	12,756	15,203	18,161	17,787	18,055	18,433	18,152
38	Meals and lunches	18,314	18,418	20,083	19,573	19,027	19,629	19,629	20,346
39	Repairs and services	6,410	6,319	7,739	7,850	7,350	7,135	6,499	6,465
40	All other departments	19,900	19,718	22,625	30,048	38,249	31,732	27,921	25,345
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	600,079	577,906	694,447	791,728	811,119	790,742	763,975	757,743

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1981					Change - Variation		Rayon	N°
August	September	October	November	December	July/ June 1982	July 1982/1981		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juillet/ juin 1982	Juillet 1982/1981		
thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
15,317	16,936	16,142	18,422	22,884	- 12.8	- 4.5	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
15,494	19,572	25,445	21,348	23,825	+ 24.3	- 1.7	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
44,891	59,595	50,485	52,641	69,579	- 3.3	+ 5.3	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
2,230	2,798	3,621	4,534	6,983	+ 190.5	+ 26.9	Fourrures	4
23,446	24,474	25,353	25,821	36,141	+ 2.9	+ 2.5	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
22,716	18,164	16,397	17,935	25,080	- 4.4	+ 5.5	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
12,556	15,275	16,573	23,931	43,194	+ 2.7	+ 3.3	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
9,005	9,595	8,636	9,500	13,078	- 4.9	+ 1.9	Sous-vêtements	8
896	1,473	2,140	3,123	4,010	+ 6.0	+ 6.5	Chapeaux	9
7,371	10,671	10,951	10,687	15,610	- 16.3	+ 8.6	Bas pour dames et fillettes	10
11,465	16,622	16,610	21,370	35,269	- 11.9	- 6.2	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
22,092	28,658	28,312	26,357	31,285	- 20.1	- 0.6	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
31,640	41,066	42,075	50,138	68,653	- 28.5	- 2.7	Vêtements pour hommes	13
28,001	36,211	37,555	56,257	100,910	- 24.2	+ 10.2	Articles d'habillement pour hommes	14
16,358	11,823	11,728	13,650	22,276	- 10.5	+ 3.5	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
14,047	17,229	17,180	17,883	23,428	- 23.3	- 2.6	Chaussures pour hommes et garçons	16
55,663	47,841	55,883	66,405	76,484	+ 2.2	+ 4.0	Produits alimentaires et connexes	17
37,900	39,387	42,986	50,464	100,618	+ 0.9	+ 8.4	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
14,569	12,616	12,975	16,610	32,243	+ 0.3	+ 0.7	Appareils et fournitures photographiques	19
4,549	5,690	6,016	6,187	4,614	- 10.6	- 0.3	Tissus à la pièce	20
23,561	25,639	25,067	25,239	39,579	+ 7.2	- 1.5	Literie et linge de maison	21
7,461	10,315	10,730	10,040	12,613	+ 5.7	- 4.4	Menus articles	22
9,777	11,956	11,195	18,302	36,117	+ 5.2	- 8.1	Porcelaine et verrerie	23
11,386	12,251	14,107	13,977	12,290	+ 1.2	- 9.2	Revêtements de plancher	24
14,236	14,883	15,941	15,915	17,810	- 4.5	- 10.7	Tentures, rideaux et housses	25
8,016	8,705	9,260	13,027	20,351	+ 7.6	- 10.4	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
38,121	44,423	42,264	41,444	42,258	+ 10.8	- 8.2	Meubles	27
37,682	39,370	41,557	38,119	43,404	+ 16.7	- 8.5	Gros appareils ménagers	28
29,703	32,669	35,881	45,607	70,145	+ 10.1	+ 2.3	Télévision, radio et musique	29
30,838	29,300	34,345	42,506	75,242	+ 5.0	+ 3.5	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
24,812	23,797	27,037	26,870	37,750	- 13.0	- 0.8	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
9,067	9,035	10,484	9,390	9,361	+ 7.0	+ 20.1	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
17,329	22,176	19,318	33,420	67,772	- 4.2	+ 1.0	Bijouterie	33
12,622	12,222	21,265	47,726	76,866	+ 9.3	+ 3.5	Jouets et jeux	34
24,928	22,802	23,452	28,382	53,741	- 12.6	+ 3.2	Articles de sport et valises	35
27,279	26,339	23,250	31,925	60,674	- 3.1	+ 7.9	Papeterie, livres et revues	36
17,457	16,088	22,472	22,668	23,007	+ 2.1	+ 1.5	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
20,783	20,406	21,913	23,161	30,894	--	- 3.5	Repas et casse-croûtes	38
6,104	6,924	8,267	9,569	9,607	- 8.9	+ 0.5	Services et travaux de réparation	39
25,124	23,394	27,681	25,948	47,040	- 12.0	+ 10.2	Tous autres rayons	40
786,492	848,390	892,549	1,036,498	1,542,685	- 3.4	+ 0.8	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982(1)

Department	1982						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
	No.	thousands of dollars					
		milliers de dollars					
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	14,163	15,946	15,838	15,911	16,231	15,349	15,644
2 Women's and misses' coats and suits	13,713	14,589	13,722	15,291	13,468	13,332	14,329
3 Women's and misses' sportswear	42,070	45,503	44,678	46,307	47,261	44,347	46,809
4 Furs	2,389	2,941	4,384	2,604	3,162	3,488	3,639
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	22,067	22,678	22,795	23,779	23,874	22,732	22,503
6 Girls' and teenage girls' wear	14,602	16,246	16,660	16,753	17,207	15,841	15,994
7 Lingerie and women's sleepwear	16,658	17,529	16,733	17,974	16,836	16,814	16,728
8 Intimate apparel	8,521	9,448	9,088	9,144	9,376	8,722	8,993
9 Millinery	1,664	1,607	1,584	1,583	1,522	1,453	1,507
10 Women's and girls' hosiery	9,274	9,193	9,425	9,661	9,500	9,714	9,439
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	13,903	13,671	13,835	14,717	13,925	13,015	13,550
12 Women's, misses' and children's footwear	21,301	21,664	21,554	22,704	23,783	23,110	22,427
13 Men's clothing	35,418	35,391	34,313	35,512	36,875	36,349	34,205
14 Men's furnishings	36,817	37,638	38,181	39,262	40,876	39,970	40,459
15 Boys' clothing and furnishings	11,118	11,247	10,789	12,301	12,447	12,548	11,293
16 Men's and boys' footwear	14,921	13,474	13,625	14,450	15,996	14,674	13,634
17 Food and kindred products	57,722	58,254	54,223	56,448	56,495	56,021	56,700
18 Toiletries, cosmetics and drugs	43,859	44,698	45,338	45,365	44,189	46,135	45,373
19 Photographic equipment and supplies	12,906	13,437	13,472	13,704	13,040	13,889	13,309
20 Piece goods	4,540	4,496	4,513	4,409	4,368	4,413	4,616
21 Linens and domestics	23,374	23,461	23,599	23,526	23,266	26,439	23,752
22 Smallwares and notions	8,137	8,370	8,061	8,302	8,122	8,442	8,091
23 China and glassware	11,040	12,597	13,004	12,887	12,285	11,269	12,003
24 Floor coverings	11,128	11,772	12,050	12,001	11,282	12,066	11,371
25 Draperies, curtains and furniture coverings	12,506	13,689	14,722	13,886	14,394	14,986	13,415
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8,332	8,446	8,456	7,763	8,664	8,843	8,592
27 Furniture	35,723	41,685	37,845	40,178	38,347	39,123	35,517
28 Major appliances	36,745	39,250	34,912	35,244	31,988	35,217	33,938
29 Television, radio and music	31,672	33,566	34,122	36,254	33,320	37,740	35,129
30 Housewares and small electrical appliances	33,891	35,473	31,982	34,347	33,158	34,612	33,014
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	29,427	30,240	25,797	24,649	29,510	27,288	26,530
32 Plumbing, heating and building materials	8,621	9,208	8,680	9,536	10,723	8,697	10,704
33 Jewellery	20,439	21,516	22,048	21,046	20,450	20,566	21,862
34 Toys and games	20,232	20,704	19,644	21,054	19,544	21,542	20,327
35 Sporting goods and luggage	27,541	28,343	29,584	27,496	30,811	30,259	27,600
36 Stationery, books and magazines	23,204	26,300	24,443	25,473	24,080	25,414	26,335
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	21,234	18,706	17,672	17,013	18,262	17,739	18,216
38 Meals and lunches	21,392	23,043	21,027	20,530	20,045	20,311	19,861
39 Repairs and services	7,458	8,046	8,330	8,579	7,923	7,111	7,083
40 All other departments	28,491	29,121	26,756	26,296	28,410	28,751	27,514
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	814,939	856,240	822,512	842,892	850,497	843,908	831,311

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1981 et 1982(1)

1981						Change - Variation		
July	August	September	October	November	December	July/ June 1982	Rayon	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juillet/ juin 1982		
thousands of dollars						per cent	Nº	
milliers de dollars						pourcentage		
16,804	16,483	16,500	16,451	18,011	16,247	+ 1.9	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
14,736	14,773	14,888	15,387	14,482	14,861	+ 7.5	formes pour dames et jeunes filles	
45,759	46,103	47,500	47,015	47,204	46,188	+ 5.6	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
2,764	2,360	2,608	2,958	2,618	3,012	+ 4.3	filles	
22,347	22,212	21,831	22,050	22,652	22,649	- 1.0	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
							Fourrures	4
							Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
							de chambres d'enfants	
15,729	16,203	15,655	15,555	15,744	15,772	+ 1.0	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
16,673	16,778	16,868	17,074	17,562	16,980	- 0.5	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
8,986	9,281	9,162	9,363	9,907	9,318	+ 3.1	Sous-vêtements	8
1,391	1,474	1,593	1,494	1,582	1,622	+ 3.7	Chapeaux	9
8,983	8,981	9,248	9,319	9,456	9,463	- 2.8	Bas pour dames et fillettes	10
14,543	15,201	15,647	15,444	14,769	14,421	+ 4.1	Gants, moufles et articles de parure pour	11
23,308	22,490	22,486	22,325	22,310	22,793	- 3.0	dames et fillettes	
36,221	37,741	37,343	36,231	36,586	36,127	- 5.9	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
37,697	38,125	39,109	38,334	38,239	37,597	+ 1.2	enfants	
11,183	11,463	11,321	11,060	11,574	11,623	- 10.0	Vêtements pour hommes	13
							Articles d'habillement pour hommes	14
							Vêtements et articles d'habillement pour	15
							garçons	
14,325	15,435	15,104	15,010	15,293	14,691	- 7.1	Chaussures pour hommes et garçons	16
54,427	55,728	54,805	56,008	58,608	55,417	+ 1.2	Produits alimentaires et connexes	17
42,816	43,629	44,527	44,308	45,253	45,403	- 1.7	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
							caments	
13,524	14,639	13,981	14,279	14,757	13,570	- 4.2	Appareils et fournitures photographiques	19
4,772	4,962	4,922	4,927	5,461	4,779	+ 4.6	Tissus à la pièce	20
24,538	24,306	23,229	24,028	23,785	24,195	- 10.2	Literie et linge de maison	21
8,591	8,821	8,870	9,146	8,634	8,409	- 4.2	Menus articles	22
13,128	12,413	12,688	13,012	13,302	13,203	+ 6.5	Porcelaine et verrerie	23
12,718	12,320	11,762	11,513	11,714	11,844	- 5.8	Revêtements de plancher	24
15,331	15,056	14,221	14,297	14,748	15,093	- 10.5	Tentures, rideaux et housses	25
9,764	9,264	9,023	9,191	9,561	9,227	- 2.8	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
39,746	38,076	41,864	41,131	41,434	42,581	- 9.2	d'ameublement pour la maison	
37,315	36,616	35,701	38,662	38,521	39,495	- 3.6	Meubles	27
34,453	33,152	29,713	33,400	35,337	33,219	- 6.9	Gros appareils ménagers	28
32,603	33,939	32,045	36,572	35,479	34,190	- 4.6	Télévision, radio et musique	29
							Articles de ménage et petits appareils élec-	30
							triques	
27,708	27,133	24,926	24,176	26,263	26,943	- 2.8	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
8,789	9,785	8,816	9,412	9,655	9,496	+ 23.1	etc.	
22,019	22,676	23,086	22,738	24,391	22,034	+ 6.3	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
20,041	21,092	20,683	20,450	21,067	20,522	- 5.6	truction	
28,000	28,756	28,118	27,663	27,072	27,918	- 8.8	Bijouterie	33
							Jouets et jeux	34
							Articles de sport et valises	35
24,543	25,556	25,212	25,706	25,325	26,059	+ 3.6	Papeterie, livres et revues	36
18,017	19,160	17,841	18,370	18,508	16,870	+ 2.7	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
20,811	20,864	21,221	21,118	21,225	21,341	- 2.2	réparation et fournitures	
7,103	6,934	6,989	7,168	7,306	7,251	- 0.4	Repas et casse-croûtes	38
26,485	27,621	28,528	28,812	28,477	29,675	- 4.3	Services et travaux de réparation	39
							Tous autres rayons	40
32,770	34,742	33,910	34,669	36,384	35,917	- 1.5	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982

		1982							1981
Province		January	February	March	April	May	June	July	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Juillet
No.		thousands of dollars - milliers de dollars							
1	Newfoundland	5,603	5,825	7,660	9,298	10,060	9,668	9,433	8,7
2	Prince Edward Island	3,311	2,956	3,744	4,285	4,446	4,797	6,030	5,30
3	Nova Scotia	12,967	13,146	16,382	20,455	20,369	20,303	19,946	18,8
4	New Brunswick	10,210	10,191	13,040	16,625	17,813	17,440	16,853	14,7
5	Quebec	106,158	98,370	118,529	145,086	151,798	135,809	134,696	136,0
6	Ontario	209,112	204,722	241,668	275,573	289,219	277,394	268,605	258,6
7	Manitoba	28,921	29,484	37,860	43,247	43,038	40,902	41,294	39,7
8	Saskatchewan	15,630	15,984	19,564	22,876	23,277	22,476	22,961	21,1
9	Alberta	94,682	89,528	107,825	118,352	117,905	121,211	111,068	113,7
10	British Columbia	111,571	105,658	125,556	133,329	130,256	137,522	130,167	137,5
11	Yukon and Northwest Territories	1,913	2,042	2,620	2,602	2,938	3,220	2,922	3,0
12	CANADA	600,079	577,906	694,447	791,728	811,119	790,742	763,975	757,7

TABLE 4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

No.	Selected metropolitan areas	1982							1981
		January	February	March	April	May	June	July	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Juill
thousands of dollars - milliers de dollars									
1	Calgary	39,359	36,626	44,827	47,244	46,836	48,110	44,318	46,
2	Edmonton	41,843	39,763	47,049	54,107	53,478	54,215	49,535	50,
3	Halifax-Dartmouth	7,230	7,259	8,677	11,094	10,412	10,004	9,595	9,
4	Hamilton	15,392	15,603	18,213	21,081	21,650	20,474	19,866	18,
5	Montreal	65,774	60,945	72,444	89,467	89,527	79,362	78,723	82,
6	Ottawa-Hull	23,619	22,154	28,777	33,061	34,977	32,654	31,017	28,
7	Quebec City	13,736	12,624	15,388	18,963	21,038	19,196	18,411	17,
8	Toronto	87,801	86,224	99,286	109,794	112,200	109,463	105,514	104,
9	Vancouver	68,830	64,243	76,470	79,239	78,330	80,407	75,953	81,
10	Winnipeg	26,332	26,800	34,351	39,272	38,966	36,918	37,372	35,

BLEAU 3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1981 et 1982

					Change - Variation			
August	September	October	November	December	July/ June 1982	July 1982/1981	Province	
Sept	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juillet/ juin 1982	Juillet 1982/1981		
Thousands of dollars - milliers de dollars								
1,385	9,526	10,454	13,146	19,400	- 2.4	+ 8.2	Terre-Neuve	1
1,949	4,808	4,488	5,360	8,511	+ 25.7	+ 13.6	Île-du-Prince-Édouard	2
1,934	19,599	21,763	29,060	45,534	- 1.8	+ 5.9	Nouvelle-Écosse	3
1,560	16,995	18,438	23,618	34,022	- 3.4	+ 14.0	Nouveau-Brunswick	4
1,954	146,869	159,355	176,644	264,152	- 0.8	- 1.0	Québec	5
1,875	301,967	312,584	364,788	562,418	- 3.2	+ 3.9	Ontario	6
1,840	44,651	45,423	54,511	76,621	+ 1.0	+ 3.8	Manitoba	7
1,490	22,636	25,556	30,263	42,556	+ 2.2	+ 8.4	Saskatchewan	8
1,743	125,211	139,365	157,178	225,573	- 8.4	- 2.4	Alberta	9
1,600	152,884	152,058	178,945	258,846	- 5.3	- 5.4	Colombie-Britannique	10
1,162	3,245	3,066	2,985	5,051	- 9.3	- 5.3	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
1,492	848,390	892,549	1,036,498	1,542,685	- 3.4	+ 0.8	CANADA	12

BLEAU 4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

					Change - Variation			
st	September	October	November	December	July/ June 1982	July 1982/1981	Certaines zones métropolitaines	
	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juillet/ juin 1982	Juillet 1982/1981		
Thousands of dollars - milliers de dollars								
1321	49,378	56,693	63,228	89,664	- 7.9	- 4.3	Calgary	1
1143	57,815	62,114	70,665	99,620	- 8.6	- 1.8	Edmonton	2
1142	10,742	11,559	15,462	23,066	- 4.1	+ 3.5	Halifax-Dartmouth	3
1589	21,865	23,744	28,107	44,600	- 3.0	+ 5.5	Hamilton	4
1341	92,978	99,570	110,756	165,309	- 0.8	- 4.9	Montréal	5
1124	34,146	36,377	40,670	58,686	- 5.0	+ 8.4	Ottawa-Hull	6
1251	18,120	20,270	23,288	31,381	- 4.1	+ 2.8	Ville de Québec	7
1160	126,829	126,385	147,324	230,396	- 3.6	+ 0.9	Toronto	8
1027	92,584	91,004	109,284	153,147	- 5.5	- 6.7	Vancouver	9
1113	40,651	41,004	49,523	68,668	+ 1.2	+ 4.3	Winnipeg	10

TABLE 5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982

Province	1982							1981
	January	February	March	April	May	June	July	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Juillet
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	x	x	x	x	x	x	x	x
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	61,088	56,009	68,858	81,067	83,063	73,948	73,714	77,333
6 Ontario	130,523	129,584	151,871	166,003	169,784	164,109	159,248	154,464
7 Manitoba	20,017	19,818	26,132	28,201	26,829	26,205	26,399	25,509
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	77,514	71,402	87,310	92,714	89,415	94,099	84,406	87,719
10 British Columbia	93,499	88,188	105,361	107,860	104,021	109,380	103,284	112,654
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	404,404	386,451	467,207	506,180	504,670	498,570	477,615	485,895

TABLE 6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

Selected metropolitan areas	1982							1981
	January	February	March	April	May	June	July	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Juillet
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	32,084	29,114	36,656	36,650	35,223	37,456	33,647	35,391
2 Edmonton	35,423	32,890	39,084	43,953	42,105	43,381	39,048	40,185
3 Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x	x
4 Hamilton	11,871	11,943	13,875	15,936	16,165	15,114	14,840	13,595
5 Montreal	42,242	39,667	48,192	56,661	55,322	48,659	48,943	52,723
6 Ottawa-Hull	15,821	14,639	19,329	19,953	22,267	21,006	20,563	18,685
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	65,495	65,256	74,976	80,710	80,223	78,069	75,481	76,688
9 Vancouver	61,670	57,641	68,857	69,932	68,830	69,984	66,095	71,695
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982

1981	Change - Variation							
August	September	October	November	December	July/ June 1982	July 1982/1981	Province	
août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juillet/ juin 1982	Juillet 1982/1981		
Thousands of dollars - milliers de dollars								No
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
x	x	x	x	x	x	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
80,484	87,883	93,970	105,163	145,632	- 0.3	- 4.7	Québec	5
59,909	192,188	194,859	228,634	333,761	- 3.0	+ 3.1	Ontario	6
24,519	31,428	30,351	36,915	48,918	+ 0.7	+ 3.5	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
92,529	100,448	111,293	125,097	175,029	- 10.3	- 3.8	Alberta	9
12,025	128,795	125,728	146,917	207,453	- 5.6	- 8.3	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
99,216	575,366	591,596	686,067	972,086	- 4.2	- 1.7	CANADA	12

TABLEAU 6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

[illegible]

TABLE 7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982

		1982							1981
Province		January	February	March	April	May	June	July	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Juillet
No.		thousands of dollars - milliers de dollars							
1	Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	x
2	Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	x
3	Nova Scotia	x	x	x	x	x	x	x	x
4	New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	x
5	Quebec	45,070	42,360	49,671	64,018	68,736	61,861	60,981	58,761
6	Ontario	78,589	75,138	89,797	109,569	119,435	113,290	109,358	104,160
7	Manitoba	8,905	9,666	11,727	15,046	16,208	14,697	14,895	14,271
8	Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	x
9	Alberta	17,168	18,126	20,516	25,639	28,490	27,112	26,662	26,040
10	British Columbia	18,072	17,470	20,195	25,468	26,234	28,142	26,883	24,912
11	Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	x
12	CANADA	195,675	191,455	227,240	285,547	306,449	292,172	286,359	271,848

TABLE 8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

		1982							1981
Selected metropolitan areas		January	February	March	April	May	June	July	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Juillet
No.		thousands of dollars - milliers de dollars							
1	Calgary	7,274	7,513	8,171	10,894	11,613	10,654	10,671	10,903
2	Edmonton	6,420	6,874	7,965	10,154	11,373	10,834	10,488	10,245
3	Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x	x
4	Hamilton	3,521	3,661	4,337	5,146	5,485	5,360	5,026	5,234
5	Montreal	23,532	21,278	24,251	32,806	34,205	30,704	29,780	30,014
6	Ottawa-Hull	7,798	7,515	9,449	13,108	12,711	11,648	10,454	9,923
7	Quebec City	x	x	x	x	x	x	x	x
8	Toronto	22,306	20,968	24,310	29,084	31,978	31,394	30,032	27,923
9	Vancouver	7,160	6,602	7,613	9,307	9,500	10,423	9,858	9,712
10	Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982

1981	Change - Variation							
August	September	October	November	December	July/ Juin 1982	July 1982/1981	Province	
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juillet/ juin 1982	Juillet 1982/1981		
Thousands of dollars - milliers de dollars								No
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
x	x	x	x	x	x	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
63,470	58,986	65,385	71,481	118,520	- 1.4	+ 3.8	Québec	5
07,967	109,779	117,725	136,152	228,657	- 3.5	+ 5.0	Ontario	6
14,320	13,224	15,072	17,596	27,703	+ 1.3	+ 4.4	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
29,213	24,763	28,071	32,081	50,544	- 1.7	+ 2.4	Alberta	9
24,575	24,089	26,330	32,028	51,393	- 4.5	+ 7.9	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
87,276	273,024	300,954	350,430	570,598	- 2.0	+ 5.3	CANADA	12

BLEAU 8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

[illegible]

TABLE 9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982

Province	1982						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	15	14	14	14	14	14	14
2 Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7	7
3 Nova Scotia	30	30	30	30	30	30	30
4 New Brunswick	27	26	26	26	26	26	26
5 Quebec	163	163	164	164	164	164	164
6 Ontario	294	294	296	297	297	298	296
7 Manitoba	37	37	38	38	38	38	38
8 Saskatchewan	26	26	26	27	28	28	28
9 Alberta	82	82	82	82	82	82	82
10 British Columbia	99	98	98	100	101	102	102
11 Yukon and Northwest Territories	7	7	7	7	7	7	7
12 CANADA	787	784	788	792	794	796	794

TABLE 10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

Selected metropolitan areas	1982						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Calgary	27	27	27	27	27	27	27
2 Edmonton	31	31	31	31	31	31	31
3 Halifax-Dartmouth	11	11	11	11	11	11	11
4 Hamilton	24	24	24	24	24	24	24
5 Montreal	80	80	80	80	80	80	80
6 Ottawa-Hull	31	31	31	31	31	31	31
7 Quebec City	17	17	17	17	17	17	17
8 Toronto	86	86	87	88	88	89	87
9 Vancouver	40	39	39	39	39	40	40
10 Winnipeg	29	29	30	30	30	30	30

TABLEAU 9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1981 et 1982

1981							
July	August	September	October	November	December	Province	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							N ^o
15	15	15	15	15	15	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
30	30	30	30	30	30	Nouvelle-Écosse	3
26	27	27	27	27	27	Nouveau-Brunswick	4
160	162	159	160	163	163	Québec	5
286	291	291	292	294	294	Ontario	6
37	37	37	37	37	37	Manitoba	7
25	26	27	26	26	26	Saskatchewan	8
67	72	80	80	82	82	Alberta	9
96	96	96	97	99	99	Colombie-Britannique	10
7	7	7	7	7	7	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
756	770	776	778	787	787	CANADA	12

TABLEAU 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1981							
July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
umber - nombre							Nº
2	26	27	27	27	27	Calgary	1
4	27	30	30	31	31	Edmonton	2
1	11	11	11	11	11	Halifax-Dartmouth	3
3	24	24	24	24	24	Hamilton	4
3	80	80	80	80	80	Montréal	5
3	31	31	31	31	31	Ottawa-Hull	6
7	19	15	15	17	17	Ville de Québec	7
1	85	85	85	86	86	Toronto	8
1	40	40	40	40	40	Vancouver	9
	29	29	29	29	29	Winnipeg	10

TABLE 11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982

		1982						
Province		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		number - nombre						
1	Newfoundland	9	8	8	8	8	8	8
2	Prince Edward Island	3	3	3	3	3	3	3
3	Nova Scotia	5	5	5	5	5	5	5
4	New Brunswick	6	6	6	6	6	6	6
5	Quebec	58	58	58	58	58	58	58
6	Ontario	110	110	111	112	112	113	111
7	Manitoba	18	18	18	18	18	18	18
8	Saskatchewan	14	14	14	14	15	15	15
9	Alberta	51	51	51	51	51	51	51
10	British Columbia	59	59	59	60	61	61	61
11	Yukon and Northwest Territories	6	6	6	6	6	6	6
12	CANADA	339	338	339	341	343	344	342

TABLE 12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

		1982						
Selected metropolitan areas		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		number - nombre						
1	Calgary	15	15	15	15	15	15	15
2	Edmonton	19	19	19	19	19	19	19
3	Halifax-Dartmouth	4	4	4	4	4	4	4
4	Hamilton	15	15	15	15	15	15	15
5	Montreal	32	32	32	32	32	32	32
6	Ottawa-Hull	13	13	13	13	13	13	13
7	Quebec City	6	6	6	6	6	6	6
8	Toronto	40	40	41	42	42	42	40
9	Vancouver	26	26	26	26	26	26	26
10	Winnipeg	13	13	13	13	13	13	13

TABLEAU 11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982

1981							
July	August	September	October	November	December	Province	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							Nº
9	9	9	9	9	9	Terre-Neuve	1
3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard	2
5	5	5	5	5	5	Nouvelle-Écosse	3
6	6	6	6	6	6	Nouveau-Brunswick	4
60	61	58	58	58	58	Québec	5
108	110	110	110	110	110	Ontario	6
18	18	18	18	18	18	Manitoba	7
13	14	15	14	14	14	Saskatchewan	8
40	45	50	50	51	51	Alberta	9
60	60	59	59	59	59	Colombie-Britannique	10
6	6	6	6	6	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
328	337	339	338	339	339	CANADA	12

TABLEAU 12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1981							
July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
Number - nombre						Nº	
2	14	15	15	15	15	Calgary	1
4	16	19	19	19	19	Edmonton	2
4	4	4	4	4	4	Halifax-Dartmouth	3
4	15	15	15	15	15	Hamilton	4
2	32	32	32	32	32	Montréal	5
4	13	13	13	13	13	Ottawa-Hull	6
10	6	6	6	6	6	Ville de Québec	7
40	40	40	40	40	40	Toronto	8
26	26	26	26	26	26	Vancouver	9
13	13	13	13	13	13	Winnipeg	10

TABLE 13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982

Province	1982						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	6	6	6	6	6	6	6
2 Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4	4
3 Nova Scotia	25	25	25	25	25	25	25
4 New Brunswick	21	20	20	20	20	20	20
5 Quebec	105	105	106	106	106	106	106
6 Ontario	184	184	185	185	185	185	185
7 Manitoba	19	19	20	20	20	20	20
8 Saskatchewan	12	12	12	13	13	13	13
9 Alberta	31	31	31	31	31	31	31
10 British Columbia	40	39	39	40	40	41	41
11 Yukon and Northwest Territories	1	1	1	1	1	1	1
12 CANADA	448	446	449	451	451	452	452

TABLE 14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

Selected metropolitan areas	1982						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Calgary	12	12	12	12	12	12	12
2 Edmonton	12	12	12	12	12	12	12
3 Halifax-Dartmouth	7	7	7	7	7	7	7
4 Hamilton	9	9	9	9	9	9	9
5 Montreal	48	48	48	48	48	48	48
6 Ottawa-Hull	18	18	18	18	18	18	18
7 Quebec City	11	11	11	11	11	11	11
8 Toronto	46	46	46	46	46	47	47
9 Vancouver	14	13	13	13	13	14	14
10 Winnipeg	16	16	17	17	17	17	17

TABLEAU 13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982

1981							
July	August	September	October	November	December	Province	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							N ^o
6	6	6	6	6	6	Terre-Neuve	1
4	4	4	4	4	4	Île-du-Prince-Édouard	2
25	25	25	25	25	25	Nouvelle-Écosse	3
20	21	21	21	21	21	Nouveau-Brunswick	4
100	101	101	102	105	105	Québec	5
178	181	181	182	184	184	Ontario	6
19	19	19	19	19	19	Manitoba	7
12	12	12	12	12	12	Saskatchewan	8
27	27	30	30	31	31	Alberta	9
36	36	37	38	40	40	Colombie-Britannique	10
1	1	1	1	1	1	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
428	433	437	440	448	448	CANADA	12

TABLEAU 14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1981							
July	August	September	October	November	December	Certaines zones métropolitaines	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
Number - nombre							N ^o
12	12	12	12	12	12	Calgary	1
11	11	11	11	12	12	Edmonton	2
7	7	7	7	7	7	Halifax-Dartmouth	3
9	9	9	9	9	9	Hamilton	4
48	48	48	48	48	48	Montréal	5
18	18	18	18	18	18	Ottawa-Hull	6
9	9	9	9	11	11	Ville de Québec	7
45	45	45	45	46	46	Toronto	8
14	14	14	14	14	14	Vancouver	9
16	16	16	16	16	16	Winnipeg	10

TABLE 15. Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982
January-July

TABLEAU 15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982
Janvier-juillet

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1982/1981
		1981 ^F	1982	Variation 1982/1981
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	108,840	103,999	- 4.4
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	72,367	68,701	- 5.1
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sport pour dames et jeunes filles	274,092	276,697	+ 1.0
4	Furs - Fourrures	12,454	14,141	+ 13.5
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	130,153	136,493	+ 4.9
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	90,198	92,150	+ 2.2
7	Lingerie and women's sleeperwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	90,334	93,159	+ 3.1
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	61,255	60,658	- 1.0
9	Millinery - Chapeaux	6,458	7,124	+ 10.3
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	54,847	57,561	+ 4.9
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	75,747	72,115	- 4.8
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	136,083	133,540	- 1.9
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	205,052	199,797	- 2.6
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	195,784	204,013	+ 4.2
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillem- ent pour garçons	60,412	62,924	+ 4.2
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	90,184	87,420	- 3.1
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	356,002	373,295	+ 4.9
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	250,162	267,788	+ 7.0
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	78,226	76,472	- 2.2
20	Piece goods - Tissus à la pièce	33,887	29,558	- 12.8
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	150,464	148,453	- 1.3
22	Smallwares and notions - Menus articles	53,057	50,585	- 4.7
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	68,918	64,646	- 6.2
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	86,487	76,927	- 11.1
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	98,310	93,065	- 5.3
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	53,087	47,338	- 10.8
27	Furniture - Meubles	333,401	264,584	- 20.6
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	291,473	235,528	- 19.2
29	Television, radio and music - Télévision, radio et musique	187,904	191,263	+ 1.8
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	194,909	197,318	+ 1.2
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	181,505	181,499	--
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	63,378	66,388	+ 4.7
33	Jewellery - Bijouterie	109,773	105,345	- 4.0
34	Toys and games - Jouets et jeux	73,082	76,063	+ 4.1
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	184,203	188,293	+ 2.2
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	130,268	134,374	+ 3.2
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	111,320	116,554	+ 4.7
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	134,506	134,673	+ 0.1
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	41,349	49,302	+ 19.2
40	All other departments - Tous autres rayons	181,528	190,193	+ 4.8
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	5,111,459	5,029,996	- 1.6

TABLE 16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982
January-July

TABLEAU 16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1981 et 1982
Janvier-juillet

Province	Sales - Ventes		Change
			1982/1981
	1981	1982	Variation
			1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	56,636	57,547	+ 1.6
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	28,650	29,569	+ 3.2
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	119,324	123,568	+ 3.6
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	97,977	102,172	+ 4.3
Québec	917,984	890,446	- 3.0
Ontario	1,787,776	1,766,293	- 1.2
Manitoba	257,301	264,746	+ 2.9
Saskatchewan	145,472	142,768	- 1.9
Alberta	752,262	760,571	+ 1.1
British Columbia - Colombie-Britannique	929,912	874,059	- 6.0
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	18,170	18,257	+ 0.5
CANADA	5,111,459	5,029,996	- 1.6

TABLE 17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982
January-July

TABLEAU 17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines,
1981 et 1982
Janvier-juillet

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change
			1982/1981
	1981	1982	Variation
			1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	301,640	307,320	+ 1.9
Edmonton	345,788	339,990	- 1.7
Halifax-Dartmouth	61,577	64,271	+ 4.4
Hamilton	134,567	132,279	- 1.7
Montréal	562,645	536,242	- 4.7
Ottawa-Hull	196,493	206,259	+ 5.0
Quebec City - Ville de Québec	121,847	119,356	- 2.0
Toronto	735,346	710,282	- 3.4
Vancouver	567,265	523,472	- 7.7
Winnipeg	232,390	240,011	+ 3.3

TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982
January-July

TABLERAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982
Janvier-juillet

Province	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	x	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	530,379	497,747	- 6.2
Ontario	1,120,073	1,071,122	- 4.4
Manitoba	168,780	173,601	+ 2.9
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	590,981	596,860	+ 1.0
British Columbia - Colombie-Britannique	776,386	711,593	- 8.3
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	3,384,757	3,245,097	- 4.1

TABLE 19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982
January-July

TABLERAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982
Janvier-juillet

Selected metropolitan areas Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	235,773	240,830	+ 2.1
Edmonton	281,275	275,884	- 1.9
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	99,869	99,744	- 0.1
Montréal	362,942	339,686	- 6.4
Ottawa-Hull	130,667	133,578	+ 2.2
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	555,251	520,210	- 6.3
Vancouver	505,241	463,009	- 8.4
Winnipeg	x	x	x

TABLE 20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982
January-July

TABLERAU 20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982
Janvier-juillet

Province	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	x	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	387,606	392,697	+ 1.3
Ontario	667,703	695,176	+ 4.1
Manitoba	88,521	91,144	+ 3.0
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	161,281	163,713	+ 1.5
British Columbia - Colombie-Britannique	153,524	162,464	+ 5.8
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	1,726,701	1,784,897	+ 3.4

TABLE 21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982
January-July

TABLERAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines,
1981 et 1982
Janvier-juillet

Selected metropolitan areas Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	65,867	66,790	+ 1.4
Edmonton	64,514	64,108	- 0.6
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	34,698	32,536	- 6.2
Montréal	199,704	196,556	- 1.6
Ottawa-Hull	65,823	72,683	+ 10.4
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	180,097	190,072	+ 5.5
Vancouver	62,024	60,463	- 2.5
Winnipeg	x	x	x

TABLE 22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981 and 1982
TABLEAU 22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981 et 1982

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution
	'000	%	'000	%	'000	%
1981:						
January - Janvier	643,821	100.0	442,269	68.7	201,552	31.3
February - Février	568,767	100.0	381,684	67.1	187,082	32.9
March - Mars	688,718	100.0	471,588	68.5	217,130	31.5
April - Avril	793,595	100.0	521,698	65.7	271,897	34.3
May - Mai	822,881	100.0	532,820	64.8	290,061	35.2
June - Juin	835,934	100.0	548,803	65.7	287,131	34.3
July - Juillet	757,743	100.0	485,895	64.1	271,848	35.9
August - Août	786,492	100.0	499,216	63.5	287,276	36.5
September - Septembre	848,390	100.0	575,366	67.8	273,024	32.2
October - Octobre	892,549	100.0	591,596	66.3	300,954	33.7
November - Novembre	1,036,498	100.0	686,067	66.2	350,430	33.8
December - Décembre	1,542,685	100.0	972,086	63.0	570,598	37.0
Year - Année	10,218,073	100.0	6,709,088	65.7	3,508,983	34.3
1982:						
January - Janvier	600,079	100.0	404,404	67.4	195,675	32.6
February - Février	577,906	100.0	386,451	66.9	191,455	33.1
March - Mars	694,447	100.0	467,207	67.3	227,240	32.7
April - Avril	791,728	100.0	506,180	63.9	285,547	36.1
May - Mai	811,119	100.0	504,670	62.2	306,449	37.8
June - Juin	790,742	100.0	498,570	63.1	292,172	36.9
July - Juillet	763,975	100.0	477,615	62.5	286,359	37.5
August - Août						
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 23. Department Store Monthly Sales as a Percentage of Total Retail Trade, by Province, 1981 and 1982
July

TABLEAU 23. Proportions procentuelles mensuelles des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province, 1981 et 1982
Juillet

Province	1981 ^r	1982
	per cent - pourcentage	
Newfoundland - Terre-Neuve	6.1	6.1
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	12.9	14.6
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	7.5	7.3
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	7.2	7.8
Québec	6.9	6.6
Ontario	9.1	8.8
Manitoba	12.9	13.0
Saskatchewan	6.3	6.8
Alberta	12.1	12.3
British Columbia - Colombie-Britannique	13.3	12.9
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11.8	11.0
CANADA	9.3	9.1

TABLE 24. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, 1981 and 1982

No.	Department	1982							1981
		January	February	March	April	May	June	July	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Juillet
		thousands of dollars							
		milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	45,563	46,324	49,956	61,422	53,996	44,779	50,075	42,137
2	Women's and misses' coats and suits	28,018	36,932	37,386	35,287	31,781	34,347	53,829	63,446
3	Women's and misses' sportswear	98,814	104,198	120,456	146,437	139,327	113,690	122,569	113,346
4	Furs	18,433	17,186	16,269	16,249	16,435	17,921	16,901	18,902
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	61,548	60,033	60,661	80,996	70,348	67,120	84,158	89,974
6	Girls' and teenage girls' wear	35,182	39,073	44,171	54,035	49,388	43,281	56,772	57,438
7	Lingerie and women's sleepwear	40,036	40,592	45,160	53,303	51,133	44,395	45,635	43,564
8	Intimate apparel	32,235	28,340	29,431	33,805	32,265	29,431	30,072	31,142
9	Millinery	1,705	1,194	1,029	1,228	1,319	1,142	1,151	1,200
10	Women's and girls' hosiery	20,962	21,453	24,788	28,088	28,136	26,223	29,365	24,402
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	34,682	38,123	41,945	49,058	45,061	36,849	41,291	48,097
12	Women's, misses' and children's footwear	87,084	94,059	109,852	127,461	115,719	104,305	103,144	94,488
13	Men's clothing	121,023	144,954	153,997	188,986	165,246	151,568	151,950	164,103
14	Men's furnishings	115,358	119,780	128,539	156,904	149,582	132,185	146,369	139,331
15	Boys' clothing and furnishings	35,239	37,910	37,033	43,855	38,244	34,101	51,118	57,773
16	Men's and boys' footwear	67,699	68,641	76,775	89,539	88,004	80,766	77,195	83,145
17	Food and kindred products	38,730	32,819	35,302	35,516	33,314	35,152	33,710	32,756
18	Toiletries, cosmetics and drugs	168,715	136,298	145,774	176,578	171,034	167,698	168,487	143,364
19	Photographic equipment and supplies	54,039	47,485	45,858	62,039	57,622	52,117	53,926	53,225
20	Piece goods	26,758	27,466	31,482	32,886	31,183	31,091	31,686	30,163
21	Linens and domestics	105,895	104,167	108,155	118,515	114,625	106,454	101,390	111,078
22	Smallwares and notions	35,714	32,999	34,159	43,815	43,739	41,995	43,017	45,703
23	China and glassware	79,696	84,356	87,916	89,585	94,417	88,675	91,333	84,634
24	Floor coverings	59,308	53,602	56,326	65,293	61,679	62,160	58,862	65,529
25	Draperies, curtains and furniture coverings	74,144	67,185	66,471	74,758	67,791	63,883	65,079	71,954
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	44,908	43,607	45,553	55,147	51,384	50,536	50,871	50,140
27	Furniture	203,525	197,657	199,513	228,763	213,091	196,515	195,498	212,791
28	Major appliances	67,844	57,690	57,243	65,702	61,359	57,572	60,881	72,255
29	Television, radio and music	119,077	113,348	121,728	143,899	135,821	134,059	128,410	118,265
30	Housewares and small electrical appliances	128,912	117,029	123,454	150,298	142,848	141,682	139,901	138,204
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	109,649	96,519	116,389	150,983	140,726	141,579	139,821	151,845
32	Plumbing, heating and building materials	33,209	31,260	31,762	43,256	34,229	33,689	34,599	33,305
33	Jewellery	112,886	113,175	119,253	133,470	128,962	119,789	118,055	113,723
34	Toys and games	73,582	67,604	69,487	88,032	75,209	69,867	76,257	70,143
35	Sporting goods and luggage	106,210	109,124	120,993	159,494	151,440	133,323	127,221	135,546
36	Stationery, books and magazines	85,895	77,322	78,563	93,255	96,064	94,589	103,269	97,991
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	45,833	44,780	41,673	55,367	51,576	47,686	47,899	47,958
38	Meals and lunches	1,490	959	799	797	741	733	689	1,333
39	Repairs and services	5,313	4,271	4,298	5,961	5,070	5,450	5,536	6,565
40	All other departments	60,107	58,607	64,393	84,704	80,703	70,706	68,642	77,752
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,685,020	2,618,121	2,783,992	3,324,766	3,120,611	2,909,103	3,006,633	3,038,710

(1) At selling value.

TABLEAU 24. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1981							Rayon	N°
August	September	October	November	December	July/ June 1982	July 1982/1981		
Change - Variation								
August	September	October	November	December	July/ June 1982	July 1982/1981		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juillet/ juin 1982	Juillet 1982/1981		
thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
40,505	42,691	61,182	53,746	45,831	+ 11.8	+ 18.8	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
62,840	65,741	74,809	60,150	35,304	+ 56.7	- 15.2	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
115,724	112,960	145,499	137,605	98,255	+ 7.8	+ 8.1	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
20,839	23,072	26,692	25,164	21,783	- 5.7	- 10.6	Fourrures	4
76,715	68,559	96,132	77,985	67,443	+ 25.4	- 6.5	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
52,219	45,414	58,640	47,906	34,701	+ 31.2	- 1.2	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
44,197	43,945	66,918	68,621	40,855	+ 2.8	+ 4.8	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
30,697	26,044	38,582	37,252	31,897	+ 2.2	- 3.4	Sous-vêtements	8
1,035	1,372	2,302	3,278	3,027	+ 0.8	- 4.1	Chapeaux	9
26,819	21,432	26,808	26,604	20,860	+ 12.0	+ 20.3	Bas pour dames et fillettes	10
46,955	41,520	62,417	58,659	37,112	+ 12.1	- 14.2	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
93,112	85,055	107,164	97,725	94,195	- 1.1	+ 9.2	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
194,816	161,877	217,065	199,866	166,447	+ 0.3	- 7.4	Vêtements pour hommes	13
143,484	142,050	189,713	168,170	107,165	+ 10.7	+ 5.1	Articles d'habillement pour hommes	14
41,163	40,975	58,443	46,414	34,246	+ 49.9	- 11.5	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
80,908	71,868	97,593	86,002	76,019	- 4.4	- 7.2	Chaussures pour hommes et garçons	16
25,917	26,965	37,527	41,887	25,657	- 4.1	+ 2.9	Produits alimentaires et connexes	17
135,627	135,837	207,606	208,185	151,994	+ 0.5	+ 17.5	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
53,831	48,302	73,471	60,613	44,962	+ 3.5	+ 1.3	Appareils et fournitures photographiques	19
29,533	26,989	33,103	31,952	30,923	+ 1.9	+ 5.0	Tissus à la pièce	20
105,339	94,325	130,265	129,646	119,640	- 4.8	- 8.7	Literie et linge de maison	21
42,259	38,554	44,062	38,944	42,553	+ 2.4	- 5.9	Menus articles	22
85,099	80,387	97,388	98,820	106,239	+ 3.0	+ 7.9	Porcelaine et verrerie	23
63,686	54,111	65,319	59,510	66,289	- 5.3	- 10.2	Revêtements de plancher	24
68,332	61,324	80,445	76,572	76,095	+ 1.9	- 9.6	Tentures, rideaux et housses	25
52,219	46,732	62,781	56,350	43,282	+ 0.7	+ 1.5	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
207,412	188,708	242,562	214,334	237,373	- 0.5	- 8.1	Meubles	27
69,592	63,851	86,627	85,708	81,194	+ 5.7	- 15.7	Gros appareils ménagers	28
116,717	110,165	154,115	149,488	128,437	- 4.2	+ 8.6	Télévision, radio et musique	29
136,469	129,367	166,700	166,421	125,107	- 1.3	+ 1.2	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
146,709	119,215	172,110	142,527	123,138	- 1.2	- 7.9	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
31,853	27,256	36,505	32,824	34,101	+ 2.7	+ 3.9	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
112,761	102,865	144,247	140,658	108,515	- 1.4	+ 3.8	Bijouterie	33
86,882	96,378	141,697	112,172	55,096	+ 9.1	+ 8.7	Jouets et jeux	34
124,985	129,106	188,390	152,274	123,644	- 4.6	- 6.1	Articles de sport et valises	35
89,680	86,411	115,662	100,573	74,564	+ 9.2	+ 5.4	Papeterie, livres et revues	36
48,434	41,012	62,225	55,509	47,423	+ 0.4	- 0.1	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
1,150	1,314	1,524	1,386	1,341	- 6.0	- 48.3	Repas et casse-croûtes	38
5,850	5,572	6,800	5,825	4,462	+ 1.6	- 15.7	Services et travaux de réparation	39
74,219	67,876	90,234	80,260	77,034	- 2.9	- 11.7	Tous autres rayons	40
2,986,583	2,777,197	3,771,324	3,437,585	2,844,203	+ 3.4	- 1.1	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982(1)

		1982						
		January	February	March	April	May	June	July
Department		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	50,757	46,815	46,740	51,023	48,544	52,300	54,607
2	Women's and misses' coats and suits	39,366	43,467	43,721	44,980	47,470	50,274	42,422
3	Women's and misses' sportswear	119,224	112,137	116,281	123,492	121,672	122,090	120,627
4	Furs	18,866	19,567	20,677	18,994	18,939	21,717	18,138
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	73,823	69,843	68,204	74,084	68,239	74,379	68,639
6	Girls' and teenage girls' wear	47,493	44,100	46,861	49,419	45,844	48,299	46,246
7	Lingerie and women's sleepwear	51,292	48,741	47,738	47,605	46,573	49,153	48,579
8	Intimate apparel	31,930	29,542	31,003	33,328	30,081	32,147	30,853
9	Millinery
10	Women's and girls' hosiery	23,207	23,237	25,486	26,077	25,846	28,049	28,786
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	40,955	42,013	44,195	45,593	43,449	42,190	43,542
12	Women's, misses' and children's footwear	106,011	103,471	107,973	113,027	107,516	107,586	97,785
13	Men's clothing	158,767	157,506	164,036	186,450	162,356	185,020	157,788
14	Men's furnishings	137,525	135,833	138,587	145,605	137,483	148,756	146,179
15	Boys' clothing and furnishings	40,752	39,215	41,902	42,949	39,937	38,264	41,603
16	Men's and boys' footwear	83,509	80,746	76,530	79,946	78,240	85,232	75,615
17	Food and kindred products
18	Toiletries, cosmetics and drugs	167,305	160,371	160,668	166,929	163,497	181,256	174,093
19	Photographic equipment and supplies	54,544	53,116	53,348	60,414	55,204	60,272	55,537
20	Piece goods	29,644	27,755	31,347	30,804	29,915	32,172	31,276
21	Linens and domestics	116,706	106,351	110,531	108,055	101,889	103,575	103,787
22	Smallwares and notions	40,307	38,107	37,158	40,197	38,263	39,306	38,852
23	China and glassware	89,870	94,516	92,974	88,018	90,093	92,572	92,377
24	Floor coverings	59,724	56,610	58,765	63,688	59,017	60,268	57,793
25	Draperies, curtains and furniture coverings	77,555	67,538	67,834	69,516	62,251	65,602	63,991
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	51,070	48,428	47,501	54,225	46,468	50,551	49,587
27	Furniture	215,180	204,819	198,303	207,044	191,957	192,210	197,154
28	Major appliances	68,637	55,197	55,147	60,818	58,796	60,247	63,971
29	Television, radio and music	126,026	124,398	124,785	134,901	130,723	138,505	135,539
30	Housewares and small electrical appliances	141,033	129,060	126,257	136,834	131,839	143,971	140,618
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	125,575	121,003	123,094	124,390	120,943	128,377	123,398
34	Toys and games	86,589	84,958	84,813	92,074	82,367	86,501	87,682
35	Sporting goods and luggage	142,735	131,218	128,880	139,381	129,902	137,602	129,395
36	Stationery, books and magazines	96,445	92,222	90,333	93,022	89,487	98,530	97,728
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies
38	Meals and lunches
39	Repairs and services
40	All other departments
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,027,526	2,882,407	2,920,680	3,131,549	2,930,977	3,109,013	2,966,584

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1981 et 1982(1)

1981						Change - Variation		Rayon	NO
July	August	September	October	November	December	July/ June 1982			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juillet/ juin 1982			
thousands of dollars						per cent			
milliers de dollars						pourcentage			
45,963	45,989	50,600	51,973	46,503	50,872	+ 4.4			
50,113	47,435	49,165	49,355	49,261	45,778	- 15.6		Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
111,616	116,267	130,095	128,983	120,449	123,659	- 1.2		Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
20,202	18,928	19,971	20,328	20,307	20,306	- 16.5		Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
73,498	72,409	72,036	81,334	72,070	75,708	- 7.7		Fourrures	4
								Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
46,821	47,357	46,111	49,117	42,156	48,296	- 4.3			
46,409	43,863	47,608	50,279	51,021	52,869	- 1.2		Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
31,982	30,754	31,189	35,655	31,443	31,691	- 4.0		Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
...		Sous-vêtements	8
23,889	23,803	23,071	24,651	24,685	24,276	+ 2.6		Chapeaux	9
								Bas pour dames et fillettes	10
50,830	48,668	46,329	47,180	43,428	44,596	+ 3.2			
89,546	84,877	91,358	96,994	98,696	104,415	- 9.1		Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
170,347	167,552	162,867	169,902	164,356	182,672	- 14.7		Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
139,291	140,156	144,097	143,217	139,081	142,257	- 1.7		Vêtements pour hommes	13
47,044	41,711	41,910	44,831	41,743	42,491	+ 8.7		Articles d'habillement pour hommes	14
								Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
81,648	77,492	77,661	80,448	80,721	86,616	- 11.3			
...		Chaussures pour hommes et garçons	16
148,343	151,997	156,583	164,902	156,981	170,279	- 4.0		Produits alimentaires et connexes	17
55,017	57,837	55,944	54,665	45,784	50,738	- 7.9		Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
29,858	28,695	29,747	30,614	31,560	31,435	- 2.8		Appareils et fournitures photographiques	19
								Tissus à la pièce	20
113,966	112,562	114,802	122,740	119,085	119,674	+ 0.2		Literie et linge de maison	21
41,356	41,134	42,996	42,932	40,712	42,018	- 1.2		Menus articles	22
85,588	85,576	88,187	88,090	83,857	98,775	- 0.2		Porcelaine et verrerie	23
64,486	62,452	61,873	63,167	61,805	60,813	- 4.1		Revêtements de plancher	24
70,956	70,403	71,690	76,068	75,653	74,402	- 2.5		Tentures, rideaux et housses	25
48,930	50,171	50,956	52,200	50,213	52,304	- 1.9			
214,883	220,196	227,870	245,666	215,288	215,321	+ 2.6		Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
76,179	78,624	79,950	84,384	78,837	74,152	+ 6.2		Meubles	27
125,079	123,799	127,669	139,121	125,530	123,524	- 2.1		Gros appareils ménagers	28
139,208	139,564	142,749	147,172	144,400	143,958	- 2.3		Télévision, radio et musique	29
								Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
...			
...		Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
119,020	115,822	118,571	122,275	112,920	120,085	- 3.9		Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
81,017	81,228	76,824	80,171	83,204	99,195	+ 1.4		Bijouterie	33
138,106	128,790	133,496	144,608	134,781	144,593	- 6.0		Jouets et jeux	34
								Articles de sport et valises	35
92,794	84,577	89,861	92,355	81,279	93,742	- 0.8			
...		Papeterie, livres et revues	36
...		Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
...		Repas et casse-croûtes	38
...		Services et travaux de réparation	39
...		Tous autres rayons	40
3,003,478	2,971,521	3,013,193	3,187,136	3,004,193	3,083,503	- 4.6		TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982

No.	Department	1982						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5.58	4.41	3.63	3.51	2.58	2.53	3.24
2	Women's and misses' coats and suits	2.69	3.70	2.62	2.44	4.39	6.23	7.86
3	Women's and misses' sportswear	3.93	3.58	3.05	3.18	2.73	2.60	2.90
4	Furs	4.40	5.06	5.53	23.82	28.14	29.87	9.70
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.99	3.92	3.12	3.37	3.24	3.36	4.09
6	Girls' and teenage girls' wear	4.72	3.93	2.90	3.19	3.16	3.13	4.30
7	Lingerie and women's sleepwear	4.47	3.95	3.66	3.53	3.16	2.97	2.97
8	Intimate apparel	4.84	4.28	3.47	3.44	3.23	3.01	3.23
9	Millinery	1.25	1.34	1.13	1.06	1.36	1.29	1.23
10	Women's and girls' hosiery	2.78	3.21	2.85	2.73	3.04	3.19	4.27
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.28	4.86	3.93	3.83	3.61	3.42	4.36
12	Women's, misses' and children's footwear	6.72	7.87	5.66	5.12	4.66	4.75	5.88
13	Men's clothing	5.40	6.91	4.84	5.75	5.17	4.35	6.10
14	Men's furnishings	5.41	5.85	4.85	5.11	4.66	3.19	4.66
15	Boys' clothing and furnishings	5.83	6.24	4.04	3.63	3.58	3.42	5.73
16	Men's and boys' footwear	7.29	8.71	6.60	5.58	5.56	5.33	6.65
17	Food and kindred products	0.80	0.58	0.70	0.59	0.58	0.71	0.66
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.04	4.06	3.82	4.28	4.25	4.15	4.14
19	Photographic equipment and supplies	5.98	5.97	4.67	5.54	5.22	3.81	3.93
20	Piece goods	6.92	7.14	6.40	6.91	6.84	7.74	8.83
21	Linens and domestics	4.47	7.16	5.95	5.97	5.50	4.30	3.82
22	Smallwares and notions	4.11	4.66	4.62	5.65	6.93	6.47	6.27
23	China and glassware	10.89	11.27	9.22	8.95	8.74	9.33	9.13
24	Floor coverings	6.55	5.56	4.76	5.50	5.46	5.38	5.03
25	Draperies, curtains and furniture coverings	7.78	7.21	4.87	5.00	4.64	4.03	4.29
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7.39	7.81	6.47	8.11	7.21	7.12	6.66
27	Furniture	5.42	6.34	5.58	6.25	5.27	4.99	4.48
28	Major appliances	1.92	2.09	1.82	2.07	1.89	1.62	1.47
29	Television, radio and music	4.29	4.83	4.19	5.10	5.43	4.88	4.24
30	Housewares and small electrical appliances	5.63	4.64	5.11	5.09	4.46	4.57	4.30
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	5.18	4.76	5.66	5.74	3.94	4.60	5.22
32	Plumbing, heating and building materials	5.30	4.88	4.30	4.05	2.66	3.06	2.94
33	Jewellery	11.68	10.02	7.74	7.90	7.18	6.87	7.07
34	Toys and games	10.64	8.64	7.15	6.26	6.38	5.68	5.67
35	Sporting goods and luggage	5.34	6.79	5.76	5.67	4.32	3.67	4.00
36	Stationery, books and magazines	4.92	4.26	4.25	4.62	4.89	4.60	5.18
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	2.84	3.51	2.74	3.05	2.90	2.64	2.60
38	Meals and lunches	0.08	0.05	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04
39	Repairs and services	0.83	0.68	0.56	0.76	0.69	0.76	0.85
40	All other departments	3.02	2.97	2.85	2.82	2.11	2.23	2.46
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.37	4.42	3.94	4.16	3.77	3.62	3.83

TABLEAU 26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1981						Rayon	No
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
2.60	2.64	2.52	3.79	2.92	2.00	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
9.11	4.06	3.36	2.94	2.82	1.48	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
2.83	2.58	1.90	2.88	2.61	1.41	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
13.77	9.34	8.25	7.37	5.50	3.12	Fourrures	4
4.48	3.27	2.80	3.79	3.02	1.87	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4.59	2.30	2.50	3.58	2.67	1.38	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
2.93	3.52	2.88	4.04	2.87	0.95	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3.41	3.41	2.71	4.47	3.92	2.44	Sous-vêtements	8
1.36	1.16	0.93	1.08	1.05	0.75	Chapeaux	9
3.86	3.64	2.01	2.45	2.49	1.34	Bas pour dames et fillettes	10
4.76	4.10	2.50	3.76	2.74	1.05	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
5.35	4.21	2.97	3.79	3.71	3.01	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
6.41	6.16	3.94	5.16	3.99	2.42	Vêtements pour hommes	13
4.88	5.12	3.92	5.05	2.99	1.06	Articles d'habillement pour hommes	14
6.71	2.52	3.47	4.98	3.40	1.54	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
6.97	5.76	4.17	5.68	4.81	3.24	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.67	0.47	0.56	0.67	0.63	0.34	Produits alimentaires et connexes	17
3.82	3.58	3.45	4.83	4.13	1.51	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
3.90	3.69	3.83	5.66	3.65	1.39	Appareils et fournitures photographiques	19
8.38	6.49	4.74	5.50	5.16	6.70	Tissus à la pièce	20
4.12	4.47	3.68	5.20	5.14	3.02	Literie et linge de maison	21
6.36	5.66	3.74	4.11	3.88	3.37	Menus articles	22
7.77	8.70	6.72	8.70	5.40	2.94	Porcelaine et verrerie	23
5.09	5.59	4.42	4.63	4.26	5.39	Revêtements de plancher	24
4.24	4.80	4.12	5.05	4.81	4.27	Tentures, rideaux et housses	25
5.88	6.51	5.37	6.78	4.33	2.13	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
4.48	5.44	4.25	5.74	5.17	5.62	Meubles	27
1.59	1.85	1.62	2.08	2.25	1.87	Gros appareils ménagers	28
4.00	3.93	3.37	4.30	3.28	1.83	Télévision, radio et musique	29
4.40	4.42	4.42	4.85	3.92	1.66	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
5.63	5.91	5.01	6.37	5.30	3.26	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
3.40	3.51	3.02	3.48	3.50	3.64	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
6.88	6.51	4.64	7.47	4.21	1.60	Bijouterie	33
5.40	6.88	7.89	6.66	2.35	0.72	Jouets et jeux	34
4.40	5.01	5.66	8.03	5.37	2.30	Articles de sport et valises	35
5.30	3.29	3.28	4.97	3.15	1.23	Papeterie, livres et revues	36
2.64	2.77	2.55	2.77	2.45	2.06	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
0.07	0.06	0.06	0.07	0.06	0.04	Repas et casse-croûtes	38
1.02	0.96	0.80	0.82	0.61	0.46	Services et travaux de réparation	39
3.07	2.95	2.90	3.26	3.09	1.64	Tous autres rayons	40
3.91	3.71	3.21	4.14	3.28	1.82	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982

No.	Department	1982						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.18	0.23	0.29	0.32	0.36	0.36	0.33
2	Women's and misses' coats and suits	0.33	0.31	0.38	0.40	0.22	0.17	0.16
3	Women's and misses' sportswear	0.26	0.29	0.35	0.34	0.36	0.35	0.36
4	Furs	0.21	0.19	0.18	0.04	0.04	0.03	0.10
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	0.24	0.25	0.32	0.34	0.29	0.29	0.27
6	Girls' and teenage girls' wear	0.21	0.27	0.37	0.34	0.30	0.30	0.26
7	Lingerie and women's sleepwear	0.22	0.25	0.29	0.31	0.31	0.31	0.34
8	Intimate apparel	0.21	0.22	0.29	0.31	0.30	0.32	0.31
9	Millinery	0.56	0.62	0.82	1.03	0.76	0.72	0.82
10	Women's and girls' hosiery	0.36	0.32	0.38	0.39	0.33	0.30	0.25
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.23	0.22	0.27	0.28	0.26	0.26	0.24
12	Women's, misses' and children's footwear	0.14	0.13	0.19	0.21	0.20	0.20	0.17
13	Men's clothing	0.16	0.16	0.21	0.19	0.18	0.22	0.16
14	Men's furnishings	0.19	0.17	0.21	0.21	0.21	0.29	0.23
15	Boys' clothing and furnishings	0.17	0.17	0.24	0.30	0.26	0.28	0.21
16	Men's and boys' footwear	0.13	0.12	0.16	0.19	0.18	0.18	0.15
17	Food and kindred products	1.50	1.57	1.49	1.69	1.68	1.45	1.47
18	Toiletries, cosmetics and drugs	0.21	0.22	0.27	0.26	0.23	0.24	0.24
19	Photographic equipment and supplies	0.18	0.16	0.21	0.21	0.18	0.25	0.26
20	Piece goods	0.13	0.14	0.17	0.15	0.14	0.13	0.11
21	Linens and domestics	0.21	0.14	0.17	0.18	0.18	0.22	0.26
22	Smallwares and notions	0.22	0.21	0.22	0.20	0.14	0.15	0.16
23	China and glassware	0.08	0.09	0.11	0.11	0.12	0.10	0.11
24	Floor coverings	0.14	0.17	0.22	0.20	0.18	0.19	0.19
25	Draperies, curtains and furniture coverings	0.13	0.13	0.20	0.21	0.20	0.24	0.24
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.14	0.13	0.16	0.14	0.13	0.14	0.15
27	Furniture	0.17	0.16	0.18	0.17	0.18	0.19	0.22
28	Major appliances	0.47	0.44	0.55	0.52	0.51	0.60	0.70
29	Television, radio and music	0.22	0.20	0.25	0.21	0.18	0.20	0.23
30	Housewares and small electrical appliances	0.18	0.21	0.20	0.22	0.22	0.22	0.23
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.18	0.20	0.19	0.20	0.24	0.22	0.19
32	Plumbing, heating and building materials	0.19	0.20	0.23	0.28	0.33	0.32	0.34
33	Jewellery	0.09	0.10	0.13	0.13	0.14	0.14	0.14
34	Toys and games	0.11	0.11	0.14	0.18	0.14	0.17	0.18
35	Sporting goods and luggage	0.17	0.15	0.18	0.20	0.23	0.26	0.24
36	Stationery, books and magazines	0.22	0.22	0.24	0.23	0.21	0.22	0.20
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.35	0.28	0.35	0.37	0.33	0.36	0.39
38	Meals and lunches	12.92	15.04	22.85	24.53	24.74	26.63	27.61
39	Repairs and services	1.31	1.32	1.81	1.53	1.33	1.36	1.18
40	All other departments	0.29	0.33	0.37	0.40	0.46	0.42	0.40
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.22	0.22	0.26	0.26	0.25	0.26	0.26

TABLEAU 27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1981						Rayon	Nº
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
0.40	0.37	0.41	0.31	0.32	0.46	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
0.15	0.25	0.30	0.36	0.32	0.50	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.37	0.39	0.52	0.39	0.37	0.59	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
0.07	0.11	0.13	0.15	0.17	0.30	Fourrures	4
0.26	0.28	0.34	0.31	0.30	0.50	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.26	0.41	0.37	0.32	0.34	0.61	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.35	0.29	0.35	0.30	0.35	0.79	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.31	0.29	0.34	0.27	0.25	0.38	Sous-vêtements	8
0.78	0.80	1.22	1.16	1.12	1.27	Chapeaux	9
0.27	0.29	0.44	0.45	0.40	0.66	Bas pour dames et fillettes	10
0.22	0.24	0.38	0.32	0.35	0.74	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.19	0.24	0.32	0.29	0.26	0.33	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.17	0.18	0.23	0.22	0.24	0.37	Vêtements pour hommes	13
0.22	0.20	0.25	0.23	0.31	0.73	Articles d'habillement pour hommes	14
0.18	0.33	0.29	0.24	0.26	0.55	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.15	0.17	0.23	0.20	0.19	0.29	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.46	1.90	1.81	1.73	1.67	2.26	Produits alimentaires et connexes	17
0.27	0.27	0.29	0.25	0.24	0.56	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
0.28	0.27	0.25	0.21	0.25	0.61	Appareils et fournitures photographiques	19
0.12	0.15	0.20	0.20	0.19	0.15	Tissus à la pièce	20
0.25	0.22	0.26	0.22	0.19	0.32	Literie et linge de maison	21
0.16	0.17	0.26	0.26	0.24	0.31	Menus articles	22
0.13	0.12	0.14	0.13	0.19	0.35	Porcelaine et verrerie	23
0.20	0.18	0.21	0.24	0.22	0.20	Revêtements de plancher	24
0.25	0.20	0.23	0.22	0.20	0.23	Tentures, rideaux et housses	25
0.18	0.16	0.18	0.17	0.22	0.41	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.23	0.18	0.22	0.20	0.18	0.19	Meubles	27
0.68	0.53	0.59	0.55	0.44	0.52	Gros appareils ménagers	28
0.25	0.25	0.29	0.27	0.30	0.50	Télévision, radio et musique	29
0.23	0.22	0.22	0.23	0.26	0.52	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
0.20	0.17	0.18	0.19	0.17	0.28	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.32	0.28	0.31	0.33	0.27	0.28	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
0.15	0.15	0.21	0.16	0.23	0.54	Bijouterie	33
0.20	0.16	0.13	0.18	0.38	0.92	Jouets et jeux	34
0.23	0.19	0.18	0.15	0.17	0.39	Articles de sport et valises	35
0.20	0.29	0.30	0.23	0.30	0.69	Papeterie, livres et revues	36
0.42	0.36	0.36	0.44	0.39	0.45	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
11.83	16.74	16.56	15.44	15.92	22.66	Repas et casse-croûtes	38
1.14	0.98	1.21	1.34	1.52	1.87	Services et travaux de réparation	39
0.34	0.33	0.33	0.35	0.30	0.60	Tous autres rayons	40
0.26	0.26	0.29	0.27	0.29	0.49	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted, Canada, 1980-1982

TABLERAU 28. Montants à recevoir(1), non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982

Month	1980	1981	1982	Change from previous month	Change 1982/1981
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1982/1981
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,510,848	1,554,350	1,624,889	- 9.1	+ 4.5
February - Février	1,453,884	1,488,706	1,554,529	- 4.3	+ 4.4
March - Mars	1,388,475	1,476,287	1,537,740	- 1.1	+ 4.2
April - Avril	1,397,066	1,483,717	1,536,243	- 0.1	+ 3.5
May - Mai	1,381,243	1,493,281	1,527,443	- 0.6	+ 2.3
June - Juin	1,359,373	1,501,535	1,505,203 ^r	- 1.5 ^r	+ 0.2 ^r
July - Juillet	1,341,270	1,523,351	1,477,159	- 1.9	- 3.0
August - Août	1,346,822	1,512,048			
September - Septembre	1,401,404	1,537,138			
October - Octobre	1,434,563	1,550,904			
November - Novembre	1,490,778	1,622,633			
December - Décembre	1,658,191	1,788,145			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982

TABLERAU 29. Montants à recevoir(1), désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982

Month	1980	1981	1982	Change from previous month	Change 1982/1981
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1982/1981
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,420.3	1,470.0	1,538.0	- 1.6	+ 4.6
February - Février	1,438.8	1,480.0	1,532.2	- 0.4	+ 3.5
March - Mars	1,408.9	1,499.0	1,563.1	+ 2.0	+ 4.3
April - Avril	1,424.7	1,515.0	1,573.7	+ 0.7	+ 3.9
May - Mai	1,417.5	1,537.0	1,569.7	- 0.3	+ 2.1
June - Juin	1,420.8	1,563.0	1,568.9 ^r	- 0.1 ^r	+ 0.4
July - Juillet	1,425.6	1,615.0	1,566.4	- 0.2	- 3.0
August - Août	1,430.0	1,595.0			
September - Septembre	1,440.8	1,581.0			
October - Octobre	1,442.6	1,565.0			
November - Novembre	1,441.4	1,570.0			
December - Décembre	1,448.9	1,563.0			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Department Store Sales and
Stocks, MCD, Seasonal
and Trading Day Factors

Ventes et stocks des grands
magasins MDC et coefficients de
corrections des variations
saisonnnières et des jours
commerciaux

TABLE 30. Department Store Sales, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1982 and 1983

No.	Department	1982						
		MCD	March	April	May	June	July	August
		MDC	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	86.83	110.01	128.82	115.40	98.71	91.77
2	Women's and misses' coats and suits	6	103.83	98.45	53.75	41.36	47.82	105.31
3	Women's and misses' sportswear	3	88.53	99.35	107.84	98.52	90.23	96.08
4	Furs	12	67.11	26.19	18.47	17.20	47.90	91.86
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	85.38	101.02	91.01	87.87	91.36	104.29
6	Girls' and teenage girls' wear	4	91.29	100.97	90.84	87.19	82.53	139.25
7	Lingerie and women's sleepwear	3	73.67	84.09	96.04	88.99	91.88	72.45
8	Intimate apparel	4	93.23	107.40	106.68	112.14	103.39	95.30
9	Millinery	12	57.58	73.52	63.94	60.82	62.19	60.53
10	Women's and girls' hosiery	3	92.17	106.67	97.57	84.53	72.78	81.11
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	77.06	86.97	89.53	82.70	69.94	74.52
12	Women's, misses' and children's footwear	6	90.00	109.69	104.36	95.02	78.24	97.90
13	Men's clothing	4	92.79	92.57	86.66	95.80	72.81	81.88
14	Men's furnishings	5	69.39	78.14	78.57	103.77	77.70	72.97
15	Boys' clothing and furnishings	6	84.89	98.19	85.90	79.36	78.95	138.31
16	Men's and boys' footwear	5	85.36	111.00	98.91	103.21	85.19	91.11
17	Food and kindred products	7	93.42	106.15	102.06	88.64	89.54	99.67
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	84.09	91.02	91.00	87.50	89.74	85.29
19	Photographic equipment and supplies	4	72.92	81.65	84.71	98.57	103.16	96.08
20	Piece goods	5	109.03	107.95	104.36	91.00	77.75	90.03
21	Linens and domestics	3	77.07	84.43	89.52	93.71	111.85	95.69
22	Smallwares and notions	4	91.75	93.39	77.68	76.88	84.82	83.84
23	China and glassware	4	73.31	77.63	87.93	84.33	83.31	76.93
24	Floor coverings	5	98.16	98.84	100.15	95.78	102.81	91.04
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	92.69	107.71	101.49	105.86	112.96	93.62
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	83.01	87.59	82.20	80.27	88.88	83.16
27	Furniture	4	94.45	91.17	105.50	100.66	122.83	96.66
28	Major appliances	5	89.95	90.03	101.35	101.15	122.44	101.32
29	Television, radio and music	4	85.20	77.82	75.03	72.82	86.17	87.75
30	Housewares and small electrical appliances	3	75.48	86.01	96.50	89.54	98.55	88.09
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4	79.73	106.64	121.03	112.69	100.89	89.25
32	Plumbing, heating and building materials	7	85.08	111.89	120.16	126.52	110.00	94.72
33	Jewellery	3	69.88	80.23	87.84	84.76	76.37	73.86
34	Toys and games	4	49.44	66.82	60.34	57.13	66.15	57.84
35	Sporting goods and luggage	3	70.99	102.38	113.79	120.15	115.12	84.05
36	Stationery, books and magazines	4	75.61	79.20	81.52	80.97	75.68	103.11
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	86.03	106.75	97.40	101.78	101.19	91.68
38	Meals and lunches	3	95.51	95.34	94.92	96.64	98.83	98.22
39	Repairs and services	7	92.90	91.50	92.77	100.34	91.76	89.32
40	All other departments	4	84.56	114.27	134.63	110.37	101.48	88.13
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	84.43	93.93	95.37	93.70	91.90	91.23

TABLEAU 30. Ventes des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1982 et 1983

1982				1983		Rayon	N°
September	October	November	December	January	February		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février		
102.23	95.41	105.80	142.27	56.53	65.80	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
131.00	163.41	149.76	159.25	72.75	68.40	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
124.99	103.27	116.94	151.12	58.72	63.76	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
103.49	127.36	172.25	245.52	169.10	116.20	Fourrures	4
111.10	113.19	116.66	161.72	67.80	67.55	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
117.06	98.74	120.71	159.57	50.35	61.21	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
92.29	91.96	141.57	259.37	53.38	58.54	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
105.10	89.96	98.17	141.17	76.05	70.02	Sous-vêtements	8
91.00	141.75	202.05	256.36	79.41	55.47	Chapeaux	9
115.89	112.55	117.83	165.37	80.51	72.52	Bas pour dames et fillettes	10
106.35	104.55	149.28	245.83	57.41	57.34	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
126.98	121.15	124.33	136.25	59.65	55.15	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
110.93	110.20	143.18	191.80	63.06	59.12	Vêtements pour hommes	13
93.20	94.59	151.55	269.67	57.18	54.24	Articles d'habillement pour hommes	14
107.17	100.88	120.69	198.55	53.57	53.93	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
113.50	110.09	122.42	160.69	60.55	58.37	Chaussures pour hommes et garçons	16
88.19	95.06	117.44	142.20	82.08	97.09	Produits alimentaires et connexes	17
99.68	93.59	114.19	224.08	75.50	75.10	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
92.89	87.22	114.47	241.33	69.31	59.14	Appareils et fournitures photographiques	19
116.23	117.64	117.79	96.86	83.93	85.61	Tissus à la pièce	20
112.17	100.26	108.72	164.14	101.01	61.84	Literie et linge de maison	21
117.31	114.10	118.97	150.20	105.59	84.66	Menus articles	22
96.62	83.10	139.69	273.96	65.75	59.59	Porcelaine et verrerie	23
104.82	118.30	122.66	105.36	80.48	82.08	Revêtements de plancher	24
105.31	107.69	111.15	118.67	74.32	67.99	Tentures, rideaux et housses	25
99.71	96.49	137.56	222.19	74.01	66.09	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
06.94	99.15	102.82	100.25	104.55	74.63	Meubles	27
10.97	105.24	100.59	112.18	94.64	70.27	Gros appareils ménagers	28
11.39	104.45	130.92	212.18	87.02	69.99	Télévision, radio et musique	29
93.14	89.86	123.18	223.38	67.32	71.11	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
96.92	107.06	105.55	142.46	70.71	67.01	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
00.05	112.13	98.78	100.63	67.44	69.59	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
99.87	80.88	139.35	311.73	46.83	52.35	Bijouterie	33
60.09	100.24	231.65	383.77	34.02	37.83	Jouets et jeux	34
93.44	79.40	109.20	194.64	72.58	56.73	Articles de sport et valises	35
37.65	87.32	126.37	241.57	75.00	68.82	Papeterie, livres et revues	36
70.76	119.96	124.13	137.57	73.07	68.10	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
17.16	100.49	111.65	146.87	84.22	79.92	Repas et casse-croûtes	38
78.75	110.93	136.45	132.29	83.97	78.66	Services et travaux de réparation	39
12.55	90.61	96.46	161.17	68.14	67.59	Tous autres rayons	40
11.89	101.31	123.87	182.98	72.42	67.48	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

TABLE 31. Department Store Stocks, MCD and Seasonal Factors, 1982 and 1983

No.	Department	1982						
		MCD	March	April	May	June	July	August
		MDC	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4	106.88	120.38	111.23	85.62	91.70	87.62
2	Women's and misses' coats and suits	4	85.51	78.45	66.95	68.32	126.89	132.10
3	Women's and misses' sportswear	3	103.59	118.58	114.51	93.12	101.61	99.34
4	Furs	5	78.68	85.55	86.78	82.52	93.18	109.49
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	4	88.94	109.33	103.09	90.24	122.61	105.60
6	Girls' and teenage girls' wear	3	94.26	109.34	107.73	89.61	122.76	110.24
7	Lingerie and women's sleepwear	4	94.60	111.97	109.79	90.32	93.94	100.43
8	Intimate apparel	3	94.93	101.43	107.26	91.55	97.47	99.69
9	Millinery
10	Women's and girls' hosiery	4	97.26	107.71	108.86	93.49	102.01	112.52
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	3	94.91	107.60	103.71	87.34	94.83	96.11
12	Women's, misses' and children's footwear	3	101.74	112.77	107.63	96.95	105.48	109.53
13	Men's clothing	3	93.88	101.36	101.78	81.92	96.30	116.13
14	Men's furnishings	4	92.75	107.76	108.80	88.86	100.13	102.18
15	Boys' clothing and furnishings	4	88.38	102.11	95.76	89.12	122.87	98.47
16	Men's and boys' footwear	4	100.32	112.00	112.48	94.76	102.09	104.18
17	Food and kindred products
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	90.73	105.78	104.61	92.52	96.78	89.14
19	Photographic equipment and supplies	4	85.96	102.69	104.38	86.47	97.10	93.04
20	Piece goods	4	100.43	106.76	104.24	96.64	101.31	102.53
21	Linens and domestics	3	97.85	109.68	112.50	102.78	97.69	93.42
22	Smallwares and notions	4	91.93	109.00	114.31	106.84	110.72	102.60
23	China and glassware	3	94.56	101.78	104.80	95.79	98.87	99.14
24	Floor coverings	3	95.85	102.52	104.51	103.14	101.85	101.86
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	97.99	107.54	108.90	97.38	101.70	96.76
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	95.90	101.70	110.58	99.97	102.59	104.11
27	Furniture	3	100.61	110.49	111.01	102.24	99.16	94.15
28	Major appliances	4	103.80	108.03	104.36	95.56	95.17	88.57
29	Television, radio and music	3	97.55	106.67	103.90	96.79	94.74	94.26
30	Housewares and small electrical appliances	3	97.78	109.84	108.35	98.41	99.49	97.67
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	3	96.88	107.30	106.63	93.31	95.67	97.21
34	Toys and games	4	81.93	95.61	91.31	80.77	86.97	106.79
35	Sporting goods and luggage	4	93.88	114.43	116.58	96.89	98.32	96.87
36	Stationery, books and magazines	4	86.97	100.25	107.35	96.00	105.67	106.11
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies
38	Meals and lunches
39	Repairs and services
40	All other departments
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2	95.32	106.17	106.47	93.57	101.35	100.34

TABLEAU 31. Stocks des grands magasins, MDC et coefficients de corrections des variations saisonnières, 1982 et 1983

1982		1983				Rayon	N°
September	October	November	December	January	February		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février		
84.23	117.96	115.58	90.13	89.88	98.82	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
133.55	152.38	122.79	77.03	70.87	84.64	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
86.67	113.07	114.13	79.62	82.92	92.89	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
115.63	131.27	123.74	107.59	97.80	87.88	Fourrures	4
94.99	118.41	108.37	89.28	83.33	85.99	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
98.51	119.47	113.67	72.03	73.90	88.55	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
92.09	133.47	134.34	77.53	78.28	83.08	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
83.29	108.22	118.66	100.71	100.95	95.88	Sous-vêtements	8
...	Chapeaux	9
92.58	108.94	107.81	86.05	90.53	92.43	Bas pour dames et fillettes	10
89.34	132.55	134.65	83.38	84.91	90.86	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
92.79	110.72	99.15	90.35	82.01	90.73	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
99.15	128.29	121.95	91.17	76.06	91.85	Vêtements pour hommes	13
98.50	132.80	120.80	75.40	83.82	88.21	Articles d'habillement pour hommes	14
97.75	130.80	111.05	80.75	86.36	96.76	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
92.20	121.50	106.46	88.13	80.87	84.98	Chaussures pour hommes et garçons	16
...	Produits alimentaires et connexes	17
86.74	125.97	132.39	89.39	101.00	84.98	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
86.28	134.73	132.50	88.30	98.95	89.42	Appareils et fournitures photographiques	19
90.59	108.45	101.41	98.57	90.17	98.98	Tissus à la pièce	20
82.16	106.33	109.00	99.91	90.77	97.77	Literie et linge de maison	21
89.71	102.91	95.46	101.27	88.65	86.46	Menus articles	22
91.20	110.44	117.80	107.64	88.85	89.23	Porcelaine et verrerie	23
87.59	103.62	96.28	108.63	99.34	94.57	Revêtements de plancher	24
85.35	105.98	101.05	102.31	95.58	99.35	Tentures, rideaux et housses	25
91.52	120.75	112.05	82.76	87.98	89.86	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
82.82	98.91	99.38	110.09	94.73	96.45	Meubles	27
79.99	103.37	108.60	109.15	98.55	104.39	Gros appareils ménagers	28
86.24	110.98	119.24	103.96	94.56	91.05	Télévision, radio et musique	29
90.71	113.46	115.09	86.98	91.49	90.44	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
...	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
...	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
86.57	118.05	124.57	90.49	89.95	93.58	Bijouterie	33
124.87	176.47	134.89	55.78	85.08	79.85	Jouets et jeux	34
96.56	130.58	112.81	85.51	74.43	83.24	Articles de sport et valises	35
96.24	124.99	123.82	79.68	89.16	83.78	Papeterie, livres et revues	36
...	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
...	Repas et casse-croûtes	38
...	Services et travaux de réparation	39
...	Tous autres rayons	40
92.06	118.52	114.38	92.35	88.70	90.82	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

MAJOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS TRADITIONNELS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland
Bowring Bros. Ltd., 281 Water St., St. John's, Newfoundland
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., 4910-50th St., Lloydminster, Saskatchewan
Ogilvy, Charles, Ltd., 126 Rideau St., Ottawa, Ontario
Ogilvy's, James A., Ltd., Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario
Robinson, The G.W., Co. Ltd., 18 James St., Hamilton, Ontario
Simpsons Ltd., 401 Bay St., Toronto, Ontario
Simpson Sears Ltd., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
Smith & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario
Woodward Stores (Alta.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia
Woodward Stores (B.C.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

JUNIOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS POPULAIRES

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
Sentry Dep't. Stores Ltd., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario
Steinberg Inc., Miracle Mart Division, 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario
Zeller's Ltd., 5250 Decarie Blvd., Montréal, Québec

SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Merchandising and Services Division in the Retail Trade sector.

Catalogue

63-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil. 36 pp. First Issue, 1938. (ISSN 0380-7045).

Total sales and number of outlets, by province and selected metropolitan area, and sales and inventories by department, Canada.

63-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil. 1 pp. First Issue, 1950. (ISSN 0709-8650).

Total sales and percentage changes of sales, by region.

63-005 Retail Trade. Monthly. Bil. Approx. 65 pp. First Issue, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total retail sales by province and kind of business, for chain and independent stores; seasonally adjusted sales, Canada.

63-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil. Approx. 15 pp. First Issue, 1932. (ISSN 0705-5595).

Number and value of new passenger cars, trucks and buses sold by province and by origin (Canada and U.S. or imported). Monthly unit sales, by type and origin, seasonally adjusted.

63-014 Merchandising Inventories. M. Bil. 24 pp. First Issue, 1972. (ISSN 0380-7177).

Inventories and stocks/sales ratios, by type of trade for wholesale, by department for department stores, by kind of business for chain stores and independent stores: quarterly percentage changes for independent stores by kind of business.

63-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil. Approx. 74 pp. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total retail sales by chain and department stores including data on floor area, inventory and accounts receivable.

CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division du commerce et des services.

Catalogue

63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil. 36 pages. Premier numéro, 1938. (ISSN 0380-7045).

Ventes totales et nombre de points de ventes par provinces et certaines régions métropolitaines, ventes et stocks par rayon, Canada.

63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil. 1 page. Premier numéro, 1950. (ISSN 0709-8650).

Variations en pourcentage et ventes par région.

63-005 Commerce de détail. Mensuel. Bilingue. Environ 65 pages. Premier numéro, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total des ventes au détail par province et genre de commerce, pour les magasins à succursales et les magasins indépendants; chiffres désaisonnalisés, Canada.

63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil. Environ 15 pages. Premier numéro, 1932. (ISSN 0705-5595).

Nombre et valeur des voitures particulières, des camions et des autobus neufs vendus par province et par lieu d'origine (Canada et É.-U. ou importés). Ventes unitaires mensuelles selon le type et l'origine, après désaisonnalisation.

63-014 Stocks commerciaux. M. Bil. 24 pages. Premier numéro, 1972. (ISSN 0380-7177).

Stocks et rapports stocks/ventes, par genre de commerce pour le commerce de gros, par rayon pour les grands magasins et par genre de commerce pour les magasins à succursales et magasins indépendants: variations trimestrielles en pourcentage pour les magasins indépendants suivant le genre de commerce.

63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil. Environ 74 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total des ventes au détail pour les magasins à succursales et les grands magasins, incluant des données sur la superficie total, des stocks, et comptes à recevoir.

Catalogue

- 63-213 Vending Machine Operators. A. Bil. 21 pp. First Issue, 1958. (ISSN 0527-6411).

Sales of merchandise through automatic vending machines, by type of machine and location, Canada and provinces.

- 63-218 Direct Selling Canada. A. Bil. 14 pp. First Issue, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Sales of various commodities by method of distribution; door-to-door, mail order, etc.

- 63-219 Campus Book Stores, A. Bil. Approx. 8 pp. First Issue, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Retail sales by commodities, employees and payroll, by regions, provinces and Canada, for academic years.

- 63-224 Market Research Handbook. A. Bil. 700 pp. First Issue, 1975. (ISSN 0590-9325).

The data cover such topics as general economic indicators, population characteristics, personal income and expenditure and household facilities.

- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil. 695 pp. (ISBN 0-660-506-13-0). The publication provides revised retail trade estimates for the years 1972 to 1979, both unadjusted and seasonally adjusted and also sections on definitions, concepts, classifications, methodology and data reliability.

Operating Results - Retail Trades. O. Bil. 29 pp. First Issue, 1974.

Reports in the Operating Results series contain ratios (percentages of net sales) for: purchases, inventories, cost of goods sold, gross profit, operating expense items and net profit.

Catalogue

- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A. Bil. 21 pages. Premier numéro, 1958. (ISSN 0527-6411).

Ventes de marchandise selon le genre de machine et l'emplacement, Canada et provinces.

- 63-218 La vente directe au Canada. A. Bil. 14 pages. Premier numéro, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Ventes de divers produits, par mode de distribution: démarchage, poste, etc.

- 63-219 Librairies de campus. A. Bil. Environ 8 pages. Premier numéro, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Ventes au détail par article, ainsi que nombre d'employés et la paye, par région, par province et au Canada par année scolaire.

- 63-224 Manuel statistique pour études de marché. A. Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975. (ISSN 0590-9325).

Les données portent sur des sujets tels que les indicateurs économiques généraux, les caractéristiques de la population, le revenu et les dépenses des particuliers et l'équipement ménager.

- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H. Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0). Cette publication contient des données brutes et désaisonnalisées, révisées de 1972 à 1979, des sections sur les définitions, les concepts de classement, la méthodologie ainsi que des renseignements sur la fiabilité des données.

Résultats d'exploitation - Commerce de détail. H. Bil. 29 pages. Premier numéro, 1974.

Les bulletins de la série des Résultats de l'exploitation contiennent des ratios (pourcentages des ventes nettes) pour les achats, les stocks, le coût des biens vendus, les bénéfices bruts, les dépenses d'exploitation et les bénéfices nets.

Catalogue

The following reports on Operating Results are available.

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1979
- 63-604 Independent Women's Retail Clothing Stores, 1975
- 63-605 Independent Retail Hardware Stores, 1976
- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977
- 63-607 Retail Drug Stores, 1978
- 63-608 Retail Florists, 1979
- 63-609 Independent Retail Jewellery Stores, 1978

M. - Monthly A.- Annual Bil.- Bilingual
H.- Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available free on request from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue

Les publications suivantes sur les résultats d'exploitation sont maintenant disponibles.

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1979
- 63-604 Magasins indépendants de vente au détail de vêtements pour dames, 1975
- 63-605 Magasins indépendants de vente au détail de quincaillerie, 1976
- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977
- 63-607 Pharmacies au détail, 1978
- 63-608 Magasins de fleuristes, vente au détail, 1979
- 63-609 Magasins indépendants de vente au détail de bijouterie, 1978

M. - Mensuel A.- Annuel Bil.- Bilingue
H.- Hors série

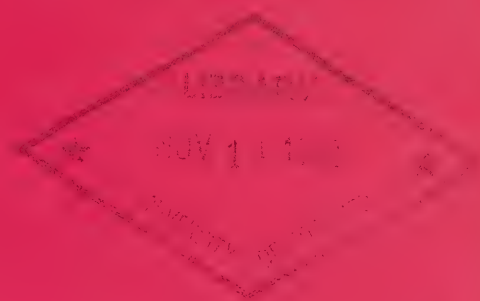
Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et social du Canada. On peut se procurer gratuitement un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Department store sales and stocks

August 1982

Ventes et stocks des grands magasins

Août 1982



Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Merchandising and Services Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V4 (Telephone: 996-9304) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Winnipeg (949-4020)
Halifax (426-5331)	Regina (359-5405)
Montréal (283-5725)	Edmonton (420-3027)
Ottawa (992-4734)	Vancouver (666-3691)
Toronto (966-6586)	

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zenith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by Northwest Telephone Co.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by Northwest Telephone Co.)	Zenith 2-2015

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolinguage et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Division du commerce et des services,
Section de commerce détail,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V4 (téléphone: 996-9304) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Winnipeg (949-4020)
Halifax (426-5331)	Regina (359-5405)
Montréal (283-5725)	Edmonton (420-3027)
Ottawa (992-4734)	Vancouver (666-3691)
Toronto (966-6586)	

Un service de communication sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la Northwest Telephone Co.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la Northwest Telephone Co.)	Zénith 2-2015

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes et de la distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Statistics Canada
Merchandising and Services Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

August 1982

Statistique Canada
Division du commerce et des services
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Août 1982

Published under the authority of
the Minister of Supply and
Services Canada

Statistics Canada should be credited when
reproducing or quoting any part of this document

Minister of Supply
and Services Canada 1982

November 1982
5-3406-503

Prix: Canada, \$3.00, \$30.00 a year
Other Countries, \$3.60, \$36.00 a year

Catalogue 63-002, Vol. 47, No. 8

EN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

Reproduction ou citation autorisée sous réserve
d'indication de la source: Statistique Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1982

Novembre 1982
5-3406-503

Prix: Canada, \$3.00, \$30.00 par année
Autres pays, \$3.60, \$36.00 par année

Catalogue 63-002, vol. 47, n° 8

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or, in this publication less than half unit expressed.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM staff, Current Economic Analysis Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-995-7406), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou, dans la présente publication, inférieur à la moitié de l'unité exprimée.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel CANSIM, Division de l'analyse de conjoncture, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-995-7406), ou aux conseillers régionaux bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	vii
Definitions	viii
Methodology	ix
Data Reliability	x
Non-sampling Errors	x
Non-sampling Error Measures	xi
Seasonal Adjustment	xiii
Explanatory Notes	xiv
Charts	
Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982	xvii
Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982	xvii
Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1980-1982	xviii
Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1980-1982	xix
Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1980-1982	xix
Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization	xx
Highlights	xxi
Table	
Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982	2

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	vii
Définitions	viii
Méthodologie	ix
Fiabilité des données	x
Erreurs non liées à l'échantillonnage	x
Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage	xi
Désaisonnalisation	xiii
Notes explicatives	xiv
Graphiques	
1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1980-1982	xvii
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1980-1982	xvii
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail Total, par mois, Canada, 1980-1982	xviii
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1980-1982	xix
5. Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982	xix
6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisation	xx
Points saillants	xxi
Tableau	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	2

TABLE OF CONTENTS - Continued

TABLES DES MATIÈRES - suite

	Page
Table	
2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982	4
3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982	6
4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	6
5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982	8
6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	8
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982	10
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	10
9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982	12
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	12
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982	14
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	14
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982	16
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	16
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982	18
16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982	19
17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	19

	Page
Tableau	
2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1981 et 1982	4
3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1981 et 1982	6
4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	6
5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982	8
6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	8
7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982	10
8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	10
9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1981 et 1982	12
10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	12
11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982	14
12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	14
13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982	16
14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	16
15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	18
16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1981 et 1982	19
17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	19

TABLE OF CONTENTS - Continued

	Page
Table	
8. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982	20
9. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	20
10. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982	21
11. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	21
12. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981 and 1982	22
13. Department Store Monthly Sales as a Percentage of Total Retail Trade, by Province, 1981 and 1982	23
14. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1981 and 1982	24
15. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982	26
16. Department Store Monthly Stock-Sales Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982	28
17. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, 1981 and 1982	30
18. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1980-1982	32
19. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982	32
20. Department Store Sales, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1982 and 1983	34
21. Department Store Stocks, MCD and Seasonal Factors, 1982 and 1983	36
22. List of Department Store Organizations	38
23. Selected Publications	39

TABLES DES MATIÈRES - suite

	Page
Tableau	
18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982	20
19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	20
20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982	21
21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	21
22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981 et 1982	22
23. Proportions procentuelles mensuelles des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province, 1981 et 1982	23
24. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	24
25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1981 et 1982	26
26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	28
27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	30
28. Montants à recevoir, non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982	32
29. Montants à recevoir, désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982	32
30. Ventes des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1982 et 1983	34
31. Stocks des grands magasins, MDC et coefficients de corrections des variations saisonnières, 1982 et 1983	36
Liste des organisations de grands magasins	38
Choix de publications	39

INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services. A "List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Merchandising and Services Division, to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments", however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located at department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or plan planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a total unit; that is, it competes in the market place as one structure, rather than as a number of smaller stores.

INTRODUCTION

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division du commerce et des services. (Bien que le recensement mesure également les activités des "établissements", cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement unique et non comme un regroupement de petits magasins.

Definitions

Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics. It must sell the following general lines of merchandise:

Family clothing and apparel. This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least six of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

Furniture, appliance and home furnishings. This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least four of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

All other (miscellaneous). This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, **such as:** toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at

Définitions

Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada, un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et des services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes:

Vêtements pour la famille. Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; articles d'habillement pour hommes; vêtements et articles d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins six des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou articles d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20% des ventes globales du magasin doivent se faire dans le groupe de vêtements pour la famille.

Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager. Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine et verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de séjour, salle à manger ou chambre à coucher; gros appareils, télévision, radio et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins quatre des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être de meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10 % des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

Tous autres articles (divers). Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus, **telles que:** articles de toilette, cosmétiques et médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus articles; bijouterie; articles de sport et valises; papeterie, livres et revues; et aliments.

least **three** different commodity lines with not one of these lines representing more than 50% of the **total** store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

Total net sales and receipts are defined as the total sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

Stocks are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or as at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

Accounts receivable are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

Junior Department Stores are defined as retailing entities which sell the same wide range of goods (see department store definition) that are sold in the more traditional (major) department stores and are popularly described as discount operations.

Methodology

The **monthly sales values**, published at the Canada, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The **monthly sales values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdown of sales. The percentage

Nota: Le magasin doit tenir au moins **trois** des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50% des ventes **globales** du magasin. Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

Les **ventes et recettes nettes totales** sont définies comme le total des ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

Les **stocks** englobent la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

Par **comptes à recevoir** on entend les comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dus en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

Les **grands magasins populaires** sont définis comme étant des points de ventes au détail qui offre la même vaste gamme d'articles (voir la définition d'un grand magasin) que les grands magasins traditionnels et qui sont généralement considérés comme des magasins à prix réduits.

Méthodologie

Le **chiffre des ventes mensuelles**, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des sociétés de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100%, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le **chiffre des ventes mensuelles par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes. La répartition en pourcentage des ventes

distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada sales total in order to provide an estimate of sales by department at the Canada level.

The monthly stock values by department, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sales ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The monthly accounts receivable values, published at the Canada level, are based on a panel of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

Data Reliability

Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

Data response error. This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

par rayon obtenues auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des ventes totales pour le pays afin d'établir une estimation des ventes par rayon pour l'ensemble du Canada.

Le chiffre des stocks mensuels par rayon publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le chiffre des comptes à recevoir mensuel pour l'ensemble du pays provient des sociétés de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtes retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.

Fiabilité des données

Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ couvert par l'enquête. L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou à des variations, d'un interviewer à l'autre et selon le mode de communication retenu, dans l'explication des questions et dans l'interprétation des réponses.

Non-response error. Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

Processing error. These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error. Two response measures are derived, namely, the **response rate**, which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data.

The units used in the Department Store Sales and Stocks Survey for derivation of the response rate is based on (1) the survey unit - the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations and (2) the organizational unit - the department store firm (company) themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in Ontario would be considered as one survey

La non-réponse. Certains enquêtés refusent de répondre, d'autres en sont incapables et d'autres encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, si elles existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

Le traitement. L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. S'agissant des estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreur. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) les unités d'enquête - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) les unités organisationnelles - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'en-

unit and one organizational unit while a firm reporting for five stores in Vancouver, 10 in British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as three survey units but only one organizational unit.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example, a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

quête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins. Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités organisationnelles dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités représentent \$8 millions sur l'estimation publiée de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation dans un tel cas, il faudrait tenir compte de deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1982
August

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1982
Août

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	100.0	100.0	100.0
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	56.0	88.5
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	40.0	62.1
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	100.0	100.0

Seasonal Adjustment

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time."⁽¹⁾ In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal (variations) and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method⁽²⁾ to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these operations have been repeated several times.⁽³⁾

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be due to simple irregular movements; to get a better

Désaisonnalisation

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps"⁽¹⁾. L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles; la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et une meilleur prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI⁽²⁾ afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolation prospective et retrospective réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressif à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises⁽³⁾.

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent être de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure

⁽¹⁾ "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," *Canada Statistical Review*, August 1974.

⁽²⁾ For further information see the *X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method*, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

⁽³⁾ See next page.

⁽¹⁾ La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la *Revue statistique du Canada*, Août 1974.

⁽²⁾ Pour plus ample information voir *La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI*, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, no. 12-564F au catalogue, hors série.

⁽³⁾ Voir page suivante.

idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.⁽³⁾ The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Constant Dollar Estimate

To obtain constant dollar estimates of total department store sales (Text Table II), estimates of sales by department group are deflated using department group implicit price indices supplied by the Industry Product Division of Statistics Canada. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The published price index is an implicit index calculated by dividing the total current dollar sales estimate by the total constant dollar sales estimate.

Explanatory Notes

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

⁽³⁾ See Tables 30 and 31.

idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, ils disposent des mois à dominance cyclique, ou MDC.⁽³⁾ Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieure à l'unité; autrement dit, c'est la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieure à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable et indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées dont la période est égale au MDC tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Estimations en dollars constants

Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants (tableau explicatif II), les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées au moyen des indices implicites de prix appropriés fournis par la Division du produit industriel de Statistique Canada. Les estimations de ces groupes de rayon ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'indice des prix qui est publié est un indice implicite obtenu en divisant le chiffre estimatif des ventes totales en dollars courants par l'estimation correspondante en dollars constants.

Notes explicatives

Les variations des ventes en pourcentage donnée dans la présente publication est fondée sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elle tient compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elle ne se limite pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

⁽³⁾ Voir les tableaux 30 et 31.

TEXT TABLE II. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1980-1982

TABLEAU EXPLICATIF II. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1980-1982

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year per cent change	Constant 1971 dollars unadjusted	Year/year per cent change
Période	Indice des prix	Dollars courants non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1971 non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année
		'000	%	'000	%
1980:					
January - Janvier	168.3	562,328	+ 16.2	334,122	+ 6.3
February - Février	172.4	521,533	+ 15.9	302,513	+ 5.6
March - Mars	174.0	618,539	+ 1.1	355,482	- 8.4
April - Avril	176.3	684,365	+ 12.5	388,182	+ 1.9
May - Mai	178.7	767,974	+ 11.9	429,756	+ 0.9
June - Juin	179.2	692,120	+ 2.0	386,228	- 7.9
July - Juillet	178.1	709,231	+ 14.1	398,221	+ 3.2
August - Août	180.0	731,863	+ 3.7	406,591	- 6.3
September - Septembre	181.0	805,650	+ 11.4	445,110	+ 1.1
October - Octobre	181.9	824,123	+ 11.2	453,064	+ 1.5
November - Novembre	184.3	990,566	+ 7.6	537,475	- 2.0
December - Décembre	184.1	1,458,479	+ 12.1	792,221	+ 2.3
Year - Année	179.1	9,366,771	+ 9.8	5,228,965	- 0.9
1981:					
January - Janvier	185.2	643,821	+ 14.5	347,636	+ 4.0
February - Février	189.3	568,767	+ 9.1	300,458	- 0.7
March - Mars	190.0	688,718	+ 11.3	362,483	+ 2.0
April - Avril	192.1	793,595	+ 16.0	413,116	+ 6.4
May - Mai	193.5	822,881	+ 7.1	425,261	- 1.0
June - Juin	193.3	835,934	+ 20.8	432,454	+ 12.0
July - Juillet	193.2	757,743	+ 6.8	392,207	- 1.5
August - Août	195.2	786,492	+ 7.5	402,915	- 0.9
September - Septembre	195.7	848,390	+ 5.3	433,516	- 2.6
October - Octobre	198.1	892,549	+ 8.3	450,555	- 0.6
November - Novembre	199.0	1,036,498	+ 4.6	520,853	- 3.1
December - Décembre	198.1	1,542,685	+ 5.8	778,741	- 1.7
Year - Année	194.3	10,218,073	+ 9.1	5,260,195	+ 0.6
1982:					
January - Janvier	198.6	600,079	- 6.8	302,155	- 13.1
February - Février	204.8	577,906	+ 1.6	282,181	- 6.1
March - Mars	204.1	694,447	+ 0.8	340,248	- 6.1
April - Avril	206.4	791,728	- 0.2	383,589	- 7.1
May - Mai	208.5	811,119	- 1.4	389,025	- 8.5
June - Juin	207.4	790,742	- 5.4	381,264	- 11.8
July - Juillet	205.7	763,975	+ 0.8	371,402	- 5.3
August - Août	206.8	775,460	- 1.4	374,981	- 6.9
September - Septembre					
October - Octobre					
November - Novembre					
December - Décembre					
Year - Année					

The stock-sales ratios(4) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stocks ratios(5) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table III for the number of shopping days the current publication is based on.

(4) See Table 26.

(5) See Table 27.

On obtient les ratios stocks-ventes(4) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks(5) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement.

La liste de référence des marchandises, qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

Les chiffres révisés des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif II donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

(4) Voir tableau 26.

(5) Voir tableau 27.

TEXT TABLE III. Number of Shopping Days, by Month, 1981 and 1982

TABLEAU EXPLICATIF III. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1981 et 1982

	1982		1981	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	25	5	26	5
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	27	4	26	5
April - Avril	25	4	25	4
May - Mai	26	5	26	5
June - Juin	26	4	26	4
July - Juillet	26	5	26	4
August - Août	26	4	25	5
September - Septembre	25	4	25	4
October - Octobre	25	5	26	5
November - Novembre	26	4	25	4
December - Décembre	26	3	26	4

Chart — 1

Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982
 Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1980-1982

Graphique — 1

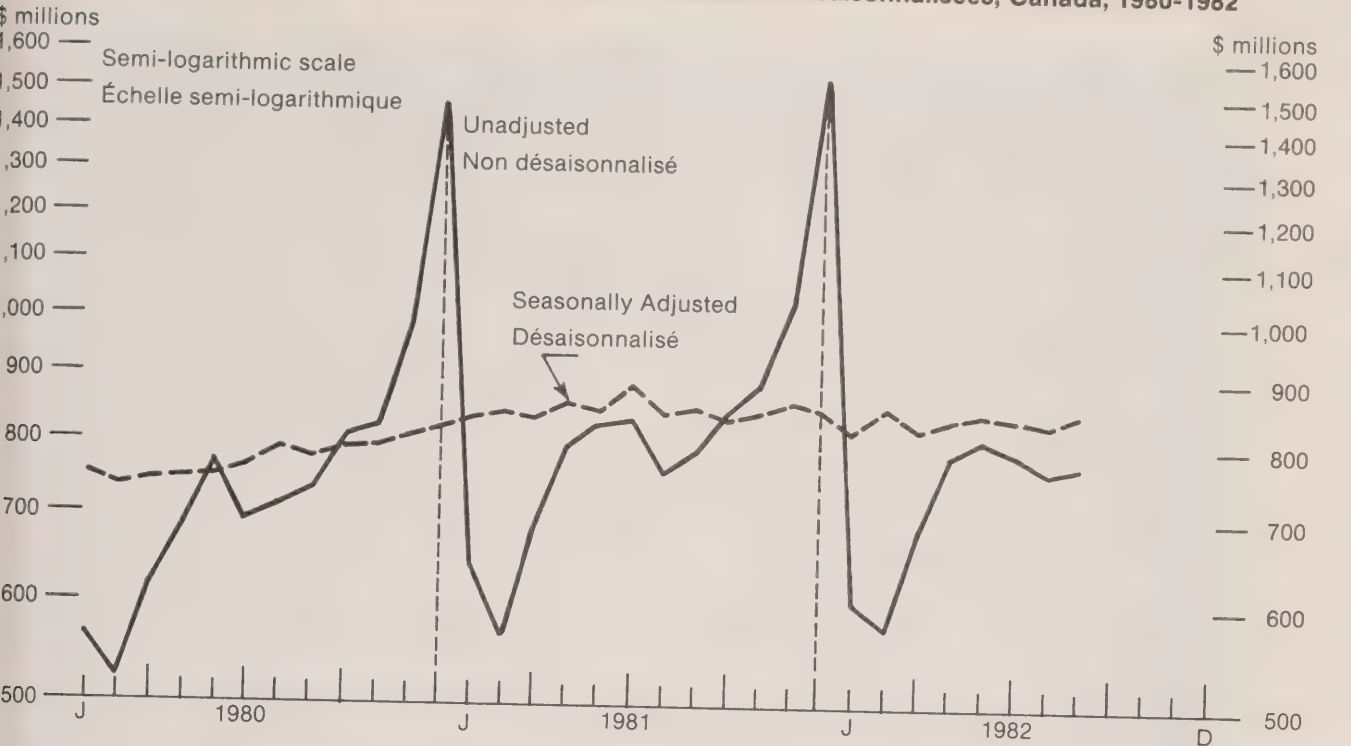


Chart — 2

Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982
 Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1980-1982

Graphique — 2

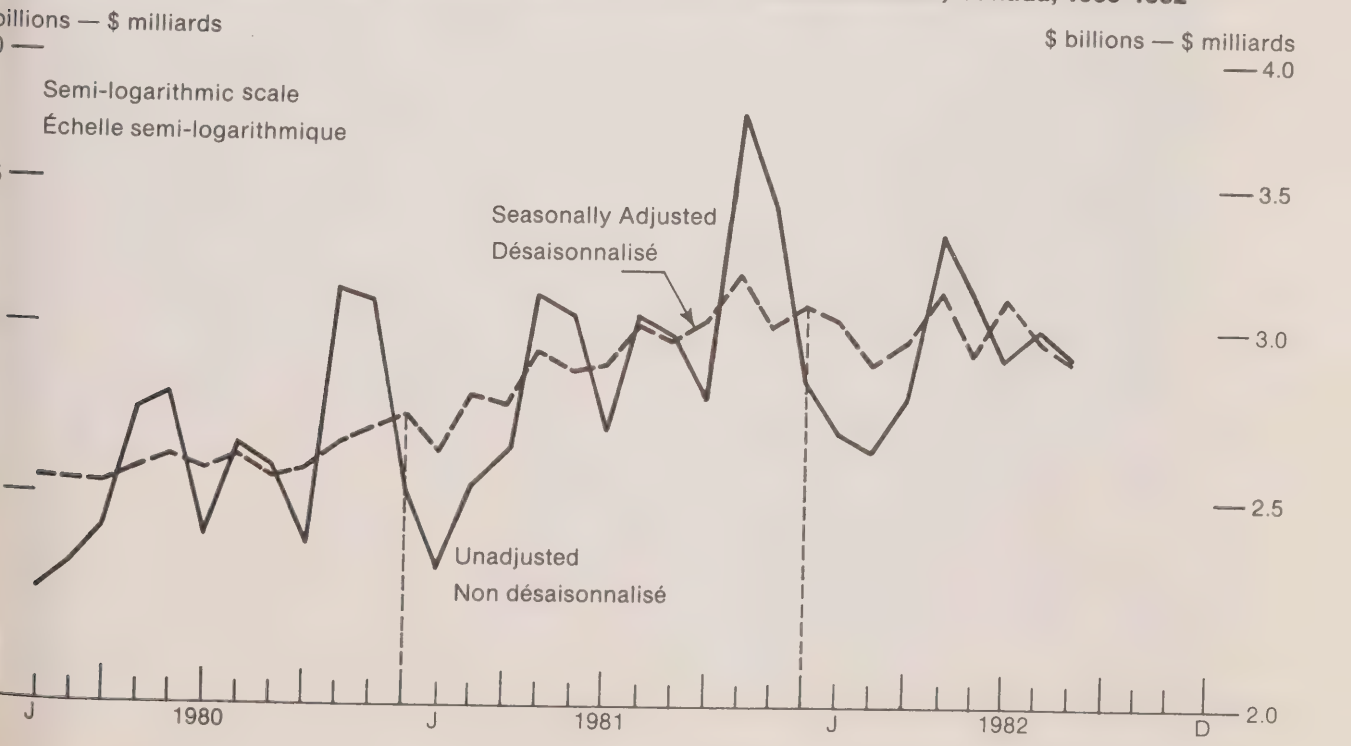


Chart — 3

Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1980-1982

Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1980-1982

\$ billions
\$ milliards

\$ billion
\$ milliards

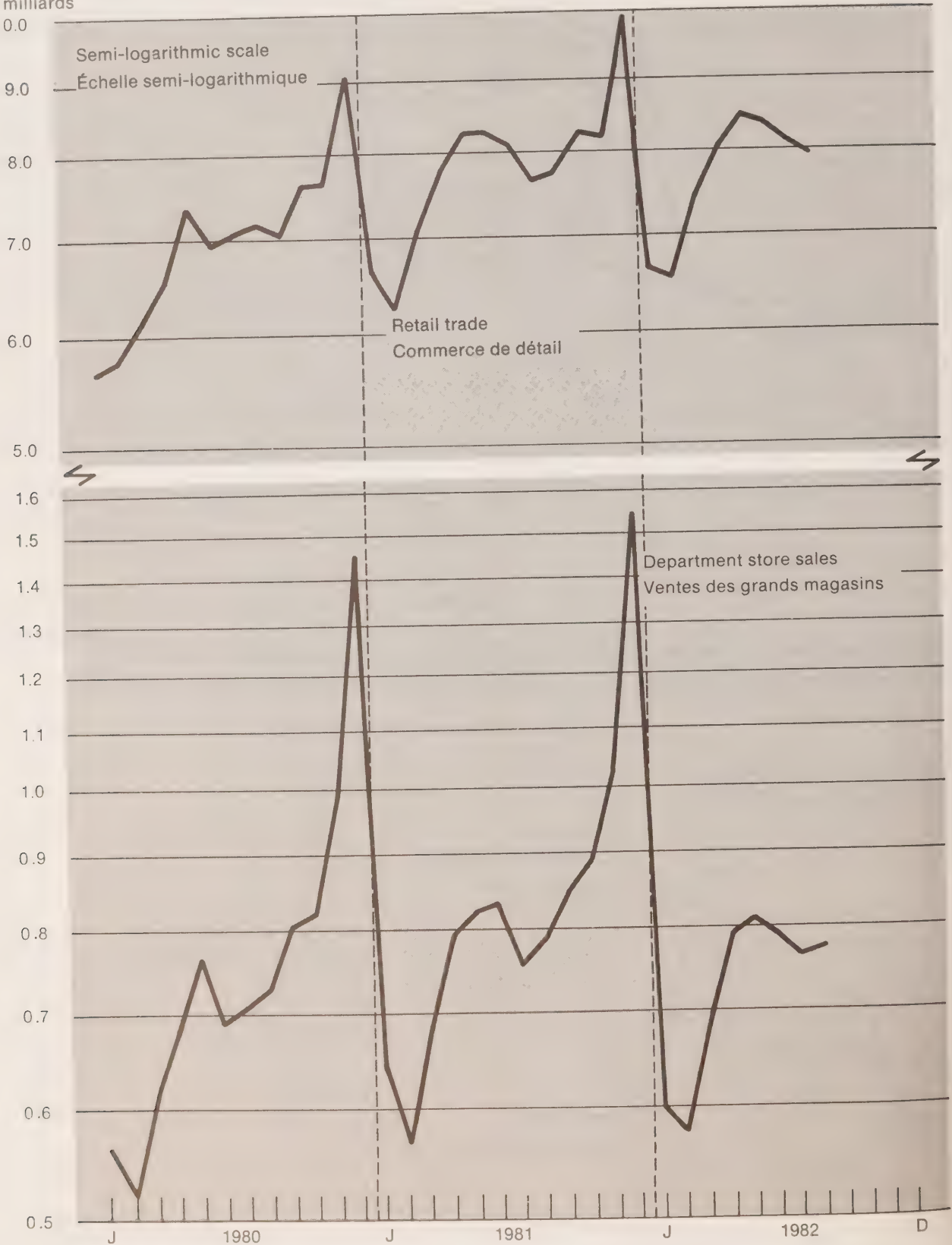


Chart — 4
Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1980 – 1982
Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1980 – 1982

Graphique — 4

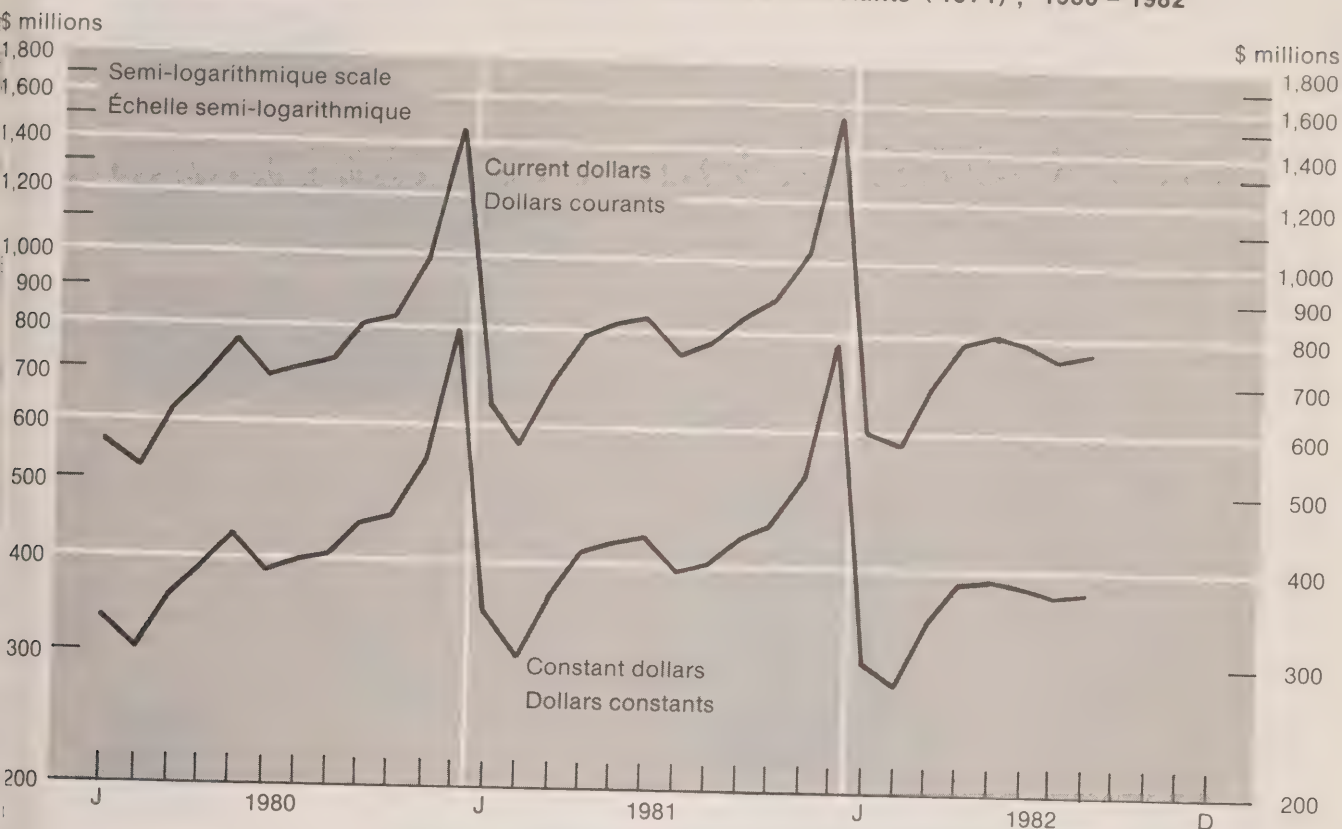


Chart — 5
Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1980-1982
Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982

Graphique — 5

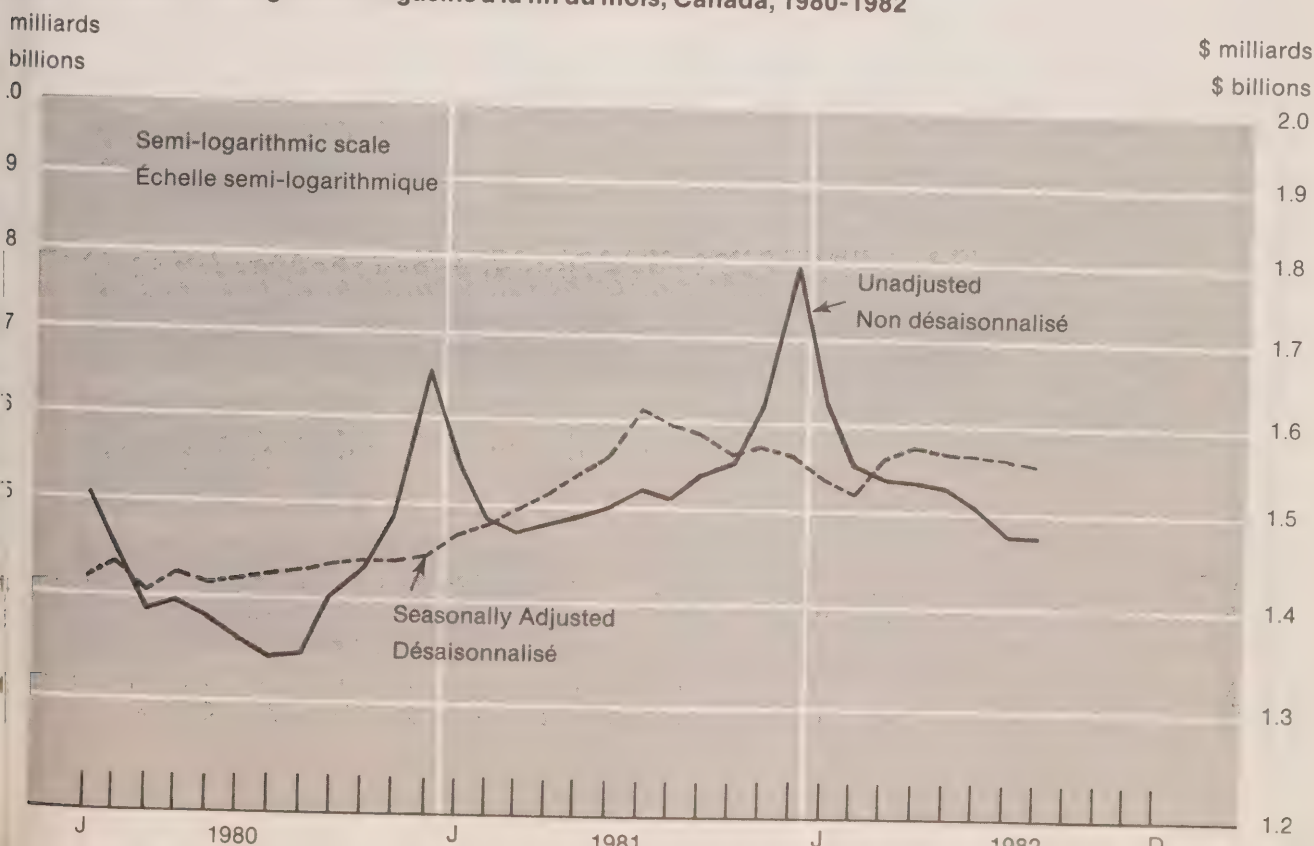
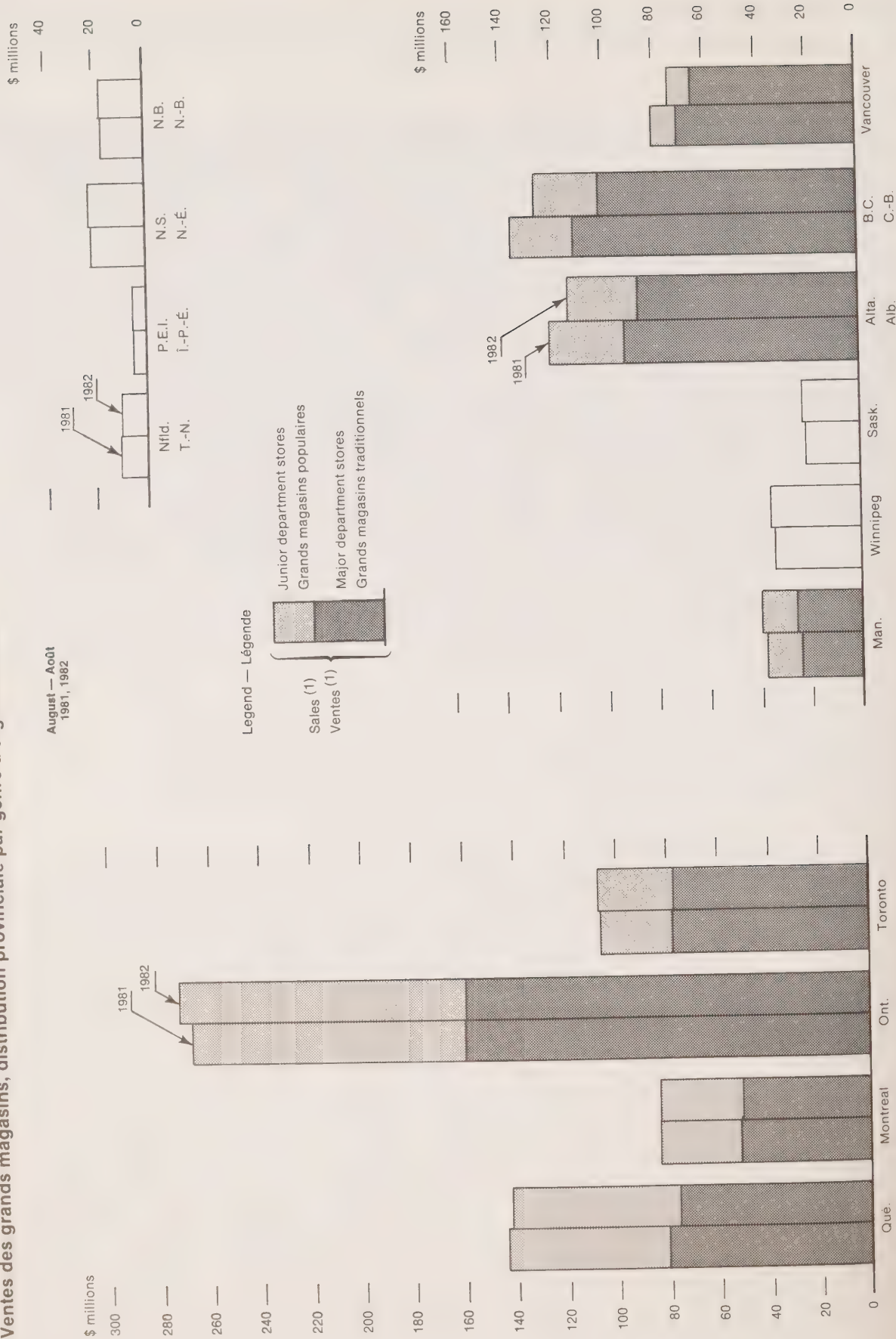


Chart — 6
Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization
Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations



HIGHLIGHTS

In August, 1982 seasonally adjusted department store sales increased by 2.2% to \$850.0 million from \$831.3 million recorded in July, 1982. The strongest increases were in boy's clothing and furnishings (+ 14.3%), women's and misses' coats and suits (+ 12.1%) and smallwares and notions (+ 10.6%). The largest decreases were in furs (- 47.8%), plumbing, heating and building materials (- 12.7%) and in major appliances (- 6.0%).

Sales without seasonal adjustment decreased 1.4% from August, 1981, to August, 1982, to \$775.5 million. Sales decreased in 23 of the 40 departments with furs (- 21.8%), major appliances (- 14.2%) and men's clothing (- 11.5%) showing the largest decreases. The largest sales increases were reported in men's furnishings (+ 14.7%), repairs and services (+ 11.3%) and in women's and girls' hosiery (+ 10.9%).

Major department stores, with sales of \$480.5 million, recorded a decrease of 3.8% over August, 1981, while junior department stores reported sales of \$295.0 million, an increase of 2.7%.

Sales increased in six provinces ranging from 1.7% in Ontario to 6.1% in Saskatchewan and were down in four provinces, ranging from 1.2% in Québec to 7.1% in British Columbia.

Cumulative sales for the first eight months of 1982 were down 1.6% over the same period a year earlier and totalled \$5,805.5 million.

The selling value of stocks, not seasonally adjusted, was \$2,911.5 million in August, 1982, 2.5% lower than the previous year. Seasonally adjusted stocks decreased 2% from July to August, 1982, to \$2,901.6 million.

There were 796 department store locations operating in Canada during August, 1982, 2 more than in July, 1982 and 26 more than in August, 1981. Of this total number, 341 locations were operated by major department stores and 455 were operated by junior department stores.

POINTS SAILLANTS

En août 1982 les ventes désaisonnalisées des grands magasins ont diminué de 2.2% par rapport au \$831.3 millions de juillet 1982 pour totaliser \$850.0 millions. Les plus fortes augmentations de ventes ont été rapportées dans les rayons de vêtements et articles d'habillement pour garçons (+ 14.3%), de manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles (+ 12.1%) et de menus articles (+ 10.6%). Les rayons de fourrures (- 47.8%), de matériel de plomberie, chauffage et construction (- 12.7%) et de gros appareils ménagers (- 6.0%) ont montré les baisses de ventes les plus importantes.

Les ventes sans ajustements saisonniers ont diminué de 1.4% d'août 1981 à août 1982 et se sont chiffrées à \$775.5 millions. Elles ont chuté dans 23 des 40 rayons. Les rayons des fourrures (- 21.8%), des gros appareils ménagers (- 14.2%) et de vêtements pour hommes (- 11.5%) ont enregistré les diminutions de ventes les plus remarquables tandis que les rayons d'articles d'habillement pour hommes (+ 14.7%), de services et travaux de réparation (+ 11.3%) et de bas pour dames et jeunes fillettes (+ 10.9%) signalaient les hausses de ventes les plus importantes.

Avec des ventes de \$480.5 millions les grands magasins traditionnels ont enregistré une baisse de ventes de 3.8% par rapport au mois d'août 1981 pendant que les ventes des grands magasins populaires ont augmenté de 2.7% avec \$295.0 millions.

Les ventes se sont accrues dans six provinces, les hausses variant de 1.7% en Ontario à 6.1% en Saskatchewan alors qu'elles ont diminué dans quatre provinces, les baisses variant de 1.2% au Québec à 7.1% en Colombie-Britannique.

Les ventes cumulatives pour les huit premiers mois de 1982 ont diminué de 1.6% par rapport à la même période l'année précédente en totalisant \$5,805.5 millions.

La valeur marchande des stocks, sans ajustements saisonniers s'est chiffrée à \$2,911.5 millions en août 1982, soit 2.5% inférieure aux stocks de l'an dernier. La valeur désaisonnalisée des stocks a quant à elle diminué de 2.2% de juillet à août 1982 pour s'élever à \$2,901.6 millions.

On a dénombré 796 points de vente des grands magasins en opération au Canada pendant le mois d'août, 1982, soit 2 de plus qu'en juillet 1982 et 26 de plus qu'en août 1981. De ce nombre total, 341 points de vente ont été opérés par les grands magasins traditionnels et 455 par les grands magasins populaires.

Total department store sales accounted for 9.7% of total retail trade in August, 1982, and represents a decrease from the 10.3% measured in August, 1981.

Les ventes totales des grands magasins en août 1982, ont contribué à 9.7% de commerce de détail total au Canada, ce qui représente un accroissement par rapport au 10.3% mesuré en août 1981.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982

		1982							
Department		January	February	March	April	May	June	July	August
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	June	Juillet	Août
No.		thousands of dollars							
		milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,164	10,515	13,752	17,504	20,909	17,713	15,442	14,684
2	Women's and misses' coats and suits	10,424	9,982	14,248	14,442	7,239	5,514	6,852	10,922
3	Women's and misses' sportswear	25,164	29,081	39,553	46,006	50,966	43,691	42,236	43,786
4	Furs	4,191	3,399	2,942	682	584	600	1,743	1,744
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	15,429	15,318	19,462	24,022	21,728	19,975	20,559	25,310
6	Girls' and teenage girls' wear	7,450	9,932	15,209	16,916	15,631	13,812	13,200	22,918
7	Lingerie and women's sleepwear	8,947	10,269	12,327	15,114	16,169	14,963	15,370	13,048
8	Intimate apparel	6,663	6,620	8,473	9,821	10,002	9,781	9,298	9,326
9	Millinery	1,362	892	912	1,164	973	884	937	976
10	Women's and girls' hosiery	7,532	6,687	8,687	10,305	9,269	8,211	6,870	8,173
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	8,098	7,850	10,661	12,799	12,467	10,763	9,477	10,539
12	Women's, misses' and children's footwear	12,965	11,946	19,399	24,904	24,820	21,959	17,547	21,766
13	Men's clothing	22,428	20,974	31,839	32,873	31,956	34,822	24,905	27,990
14	Men's furnishings	21,340	20,470	26,494	30,679	32,116	41,477	31,437	32,116
15	Boys' clothing and furnishings	6,041	6,080	9,159	12,078	10,692	9,958	8,916	17,859
16	Men's and boys' footwear	9,287	7,882	11,630	16,039	15,822	15,145	11,615	13,300
17	Food and kindred products	48,298	56,337	50,655	59,920	57,659	49,657	50,769	56,810
18	Toiletries, cosmetics and drugs	33,472	33,602	38,125	41,291	40,212	40,368	40,718	40,417
19	Photographic equipment and supplies	9,033	7,960	9,824	11,189	11,046	13,690	13,730	13,210
20	Piece goods	3,866	3,848	4,921	4,760	4,558	4,016	3,589	4,435
21	Linens and domestics	23,688	14,543	18,188	19,863	20,828	24,776	26,567	24,419
22	Smallwares and notions	8,695	7,079	7,396	7,753	6,309	6,490	6,863	7,502
23	China and glassware	7,319	7,485	9,533	10,004	10,802	9,503	10,000	9,214
24	Floor coverings	9,052	9,638	11,828	11,862	11,299	11,557	11,691	10,402
25	Draperies, curtains and furniture coverings	9,524	9,312	13,646	14,957	14,608	15,864	15,154	13,146
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,078	5,584	7,019	6,800	7,122	7,098	7,637	7,205
27	Furniture	37,565	31,181	35,745	36,630	40,456	39,381	43,626	35,418
28	Major appliances	35,255	27,544	31,403	31,730	32,420	35,622	41,554	32,333
29	Television, radio and music	27,745	23,480	29,072	28,213	25,000	27,482	30,271	30,756
30	Housewares and small electrical appliances	22,897	25,215	24,140	29,542	31,997	30,992	32,535	30,423
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	21,155	20,257	20,568	26,286	35,716	30,751	26,766	22,932
32	Plumbing, heating and building materials	6,267	6,404	7,385	10,670	12,885	11,003	11,774	8,855
33	Jewellery	9,668	11,294	15,407	16,885	17,963	17,432	16,696	15,879
34	Toys and games	6,915	7,822	9,712	14,068	11,793	12,307	13,446	12,192
35	Sporting goods and luggage	19,872	16,080	21,002	28,150	35,060	36,356	31,773	23,762
36	Stationery, books and magazines	17,447	18,133	18,481	20,175	19,630	20,578	19,930	27,698
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	16,159	12,756	15,203	18,161	17,787	18,055	18,433	15,982
38	Meals and lunches	18,314	18,418	20,083	19,573	19,027	19,629	19,629	19,637
39	Repairs and services	6,410	6,319	7,739	7,850	7,350	7,135	6,499	6,792
40	All other departments	19,900	19,718	22,625	30,048	38,249	31,732	27,921	25,584
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	600,079	577,906	694,447	791,728	811,119	790,742	763,975	775,460

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1981					Change - Variation			
August	September	October	November	December	August/ July 1982	August 1982/1981	Rayon	
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Août/ juillet 1982	Août 1982/1981		
thousands of dollars								N°
milliers de dollars					per cent			
					pourcentage			
15,317	16,936	16,142	18,422	22,884	- 4.9	- 4.1	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
15,494	19,572	25,445	21,348	23,825	+ 147.0	+ 9.2	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
44,891	59,595	50,485	52,641	69,579	+ 3.7	- 2.5	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
2,230	2,798	3,621	4,534	6,983	+ 0.1	- 21.8	Fourrures	4
23,446	24,474	25,353	25,821	36,141	+ 23.1	+ 8.0	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
22,716	18,164	16,397	17,935	25,080	+ 73.6	+ 0.9	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
12,556	15,275	16,573	23,931	43,194	- 15.1	+ 3.9	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
9,005	9,595	8,636	9,500	13,078	+ 0.3	+ 3.6	Sous-vêtements	8
896	1,473	2,140	3,123	4,010	+ 4.2	+ 8.9	Chapeaux	9
7,371	10,671	10,951	10,687	15,610	+ 19.0	+ 10.9	Bas pour dames et fillettes	10
11,465	16,622	16,610	21,370	35,269	+ 11.2	- 8.1	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
22,092	28,658	28,312	26,357	31,285	+ 24.0	- 1.5	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
31,640	41,066	42,075	50,138	68,653	+ 12.4	- 11.5	Vêtements pour hommes	13
28,001	36,211	37,555	56,257	100,910	+ 2.2	+ 14.7	Articles d'habillement pour hommes	14
16,358	11,823	11,728	13,650	22,276	+ 100.3	+ 9.2	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
14,047	17,229	17,180	17,883	23,428	+ 14.5	- 5.3	Chaussures pour hommes et garçons	16
55,663	47,841	55,883	66,405	76,484	+ 11.9	+ 2.1	Produits alimentaires et connexes	17
37,900	39,387	42,986	50,464	100,618	- 0.7	+ 6.6	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
14,569	12,616	12,975	16,610	32,243	- 3.8	- 9.3	Appareils et fournitures photographiques	19
4,549	5,690	6,016	6,187	4,614	+ 23.6	- 2.5	Tissus à la pièce	20
23,561	25,639	25,067	25,239	39,579	- 8.1	+ 3.6	Literie et linge de maison	21
7,461	10,315	10,730	10,040	12,613	+ 9.3	+ 0.5	Menus articles	22
9,777	11,956	11,195	18,302	36,117	- 7.9	- 5.8	Porcelaine et verrerie	23
11,386	12,251	14,107	13,977	12,290	- 11.0	- 8.6	Revêtements de plancher	24
14,236	14,883	15,941	15,915	17,810	- 13.3	- 7.7	Tentures, rideaux et housses	25
8,016	8,705	9,260	13,027	20,351	- 5.7	- 10.1	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
38,121	44,423	42,264	41,444	42,258	- 18.8	- 7.1	Meubles	27
37,682	59,370	41,557	38,119	43,404	- 22.2	- 14.2	Gros appareils ménagers	28
29,703	32,669	35,881	45,607	70,145	+ 1.6	+ 3.5	Télévision, radio et musique	29
30,838	29,300	34,345	42,506	75,242	- 6.5	- 1.3	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
24,812	23,797	27,037	26,870	37,750	- 14.3	- 7.6	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
9,067	9,035	10,484	9,390	9,361	- 24.8	- 2.3	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
17,329	22,176	19,318	33,420	67,772	- 4.9	- 8.4	Bijouterie	33
12,622	12,222	21,265	47,726	76,866	- 9.3	- 3.4	Jouets et jeux	34
24,928	22,802	23,452	28,382	53,741	- 25.2	- 4.7	Articles de sport et valises	35
27,279	26,339	23,250	31,925	60,674	+ 39.0	+ 1.5	Papeterie, livres et revues	36
17,457	16,088	22,472	22,668	23,007	- 13.3	- 8.4	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
20,783	20,406	21,913	23,161	30,894	-	- 5.5	Repas et casse-croûtes	38
6,104	6,924	8,267	9,569	9,607	+ 4.5	+ 11.3	Services et travaux de réparation	39
25,124	23,394	27,681	25,948	47,040	- 8.4	+ 1.8	Tous autres rayons	40
786,492	848,390	892,549	1,036,498	1,542,685	+ 1.5	- 1.4	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982(1)

		1982						
Department		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	14,163	15,946	15,838	15,911	16,231	15,349	15,644
2	Women's and misses' coats and suits	13,713	14,589	13,722	15,291	13,468	13,332	14,329
3	Women's and misses' sportswear	42,070	45,503	44,678	46,307	47,261	44,347	46,809
4	Furs	2,389	2,941	4,384	2,604	3,162	3,488	3,639
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	22,067	22,678	22,795	23,779	23,874	22,732	22,503
6	Girls' and teenage girls' wear	14,602	16,246	16,660	16,753	17,207	15,841	15,994
7	Lingerie and women's sleepwear	16,658	17,529	16,733	17,974	16,836	16,814	16,728
8	Intimate apparel	8,521	9,448	9,088	9,144	9,376	8,722	8,993
9	Millinery	1,664	1,607	1,584	1,583	1,522	1,453	1,507
10	Women's and girls' hosiery	9,274	9,193	9,425	9,661	9,500	9,714	9,439
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	13,903	13,671	13,835	14,717	13,925	13,015	13,550
12	Women's, misses' and children's footwear	21,301	21,664	21,554	22,704	23,783	23,110	22,427
13	Men's clothing	35,418	35,391	34,313	35,512	36,875	36,349	34,205
14	Men's furnishings	36,817	37,638	38,181	39,262	40,876	39,970	40,459
15	Boys' clothing and furnishings	11,118	11,247	10,789	12,301	12,447	12,548	11,293
16	Men's and boys' footwear	14,921	13,474	13,625	14,450	15,996	14,674	13,634
17	Food and kindred products	57,722	58,254	54,223	56,448	56,495	56,021	56,700
18	Toiletries, cosmetics and drugs	43,859	44,698	45,338	45,365	44,189	46,135	45,373
19	Photographic equipment and supplies	12,906	13,437	13,472	13,704	13,040	13,889	13,309
20	Piece goods	4,540	4,496	4,513	4,409	4,368	4,413	4,616
21	Linens and domestics	23,374	23,461	23,599	23,526	23,266	26,439	23,752
22	Smallwares and notions	8,137	8,370	8,061	8,302	8,122	8,442	8,091
23	China and glassware	11,040	12,597	13,004	12,887	12,285	11,269	12,003
24	Floor coverings	11,128	11,772	12,050	12,001	11,282	12,066	11,371
25	Draperies, curtains and furniture coverings	12,506	13,689	14,722	13,886	14,394	14,986	13,415
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8,332	8,446	8,456	7,763	8,664	8,843	8,592
27	Furniture	35,723	41,685	37,845	40,178	38,347	39,123	35,517
28	Major appliances	36,745	39,250	34,912	35,244	31,988	35,217	33,938
29	Television, radio and music	31,672	33,566	34,122	36,254	33,320	37,740	35,129
30	Housewares and small electrical appliances	33,891	35,473	31,982	34,347	33,158	34,612	33,014
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	29,427	30,240	25,797	24,649	29,510	27,288	26,530
32	Plumbing, heating and building materials	8,621	9,208	8,680	9,536	10,723	8,697	10,704
33	Jewellery	20,439	21,516	22,048	21,046	20,450	20,566	21,862
34	Toys and games	20,232	20,704	19,644	21,054	19,544	21,542	20,327
35	Sporting goods and luggage	27,541	28,343	29,584	27,496	30,811	30,259	27,600
36	Stationery, books and magazines	23,204	26,300	24,443	25,473	24,080	25,414	26,335
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	21,234	18,706	17,672	17,013	18,262	17,739	18,216
38	Meals and lunches	21,392	23,043	21,027	20,530	20,045	20,311	19,861
39	Repairs and services	7,458	8,046	8,330	8,579	7,923	7,111	7,083
40	All other departments	28,491	29,121	26,756	26,296	28,410	28,751	27,514
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	814,939	856,240	822,512	842,892	850,497	843,908	831,311

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1981 et 1982(1)

1982	1981	Change - Variation					Rayon	N°
August	August	September	October	November	December	August/ July 1982		
Août	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Août/ juillet 1982		
thousands of dollars								
milliers de dollars						per cent		
						pourcentage		
16,001	16,483	16,500	16,451	18,011	16,247	+ 2.3	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
16,069	14,773	14,888	15,387	14,482	14,861	+ 12.1	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
45,572	46,103	47,500	47,015	47,204	46,188	- 2.6	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
1,899	2,360	2,608	2,958	2,618	3,012	- 47.8	Fourrures	4
24,269	22,212	21,831	22,050	22,652	22,649	+ 7.8	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
16,458	16,203	15,655	15,555	15,744	15,772	+ 2.9	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
18,010	16,778	16,868	17,074	17,562	16,980	+ 7.7	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
9,786	9,281	9,162	9,363	9,907	9,318	+ 8.8	Sous-vêtements	8
1,612	1,474	1,593	1,494	1,582	1,622	+ 7.0	Chapeaux	9
10,076	8,981	9,248	9,319	9,456	9,463	+ 6.7	Bas pour dames et fillettes	10
14,143	15,201	15,647	15,444	14,769	14,421	+ 4.4	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
22,233	22,490	22,486	22,325	22,310	22,793	- 0.9	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
34,184	37,741	37,343	36,231	36,586	36,127	- 0.1	Vêtements pour hommes	13
44,013	38,125	39,109	38,334	38,239	37,597	+ 8.8	Articles d'habillement pour hommes	14
12,912	11,463	11,321	11,060	11,574	11,623	+ 14.3	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
14,598	15,435	15,104	15,010	15,293	14,691	+ 7.1	Chaussures pour hommes et garçons	16
56,998	55,728	54,805	56,008	58,608	55,417	+ 0.5	Produits alimentaires et connexes	17
47,388	43,629	44,527	44,308	45,253	45,403	+ 4.4	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
13,749	14,639	13,981	14,279	14,757	13,570	+ 3.3	Appareils et fournitures photographiques	19
4,926	4,962	4,922	4,927	5,461	4,779	+ 6.7	Tissus à la pièce	20
25,519	24,306	23,229	24,028	23,785	24,195	+ 7.4	Literie et linge de maison	21
8,948	8,821	8,870	9,146	8,634	8,409	+ 10.6	Menus articles	22
11,977	12,413	12,688	13,012	13,302	13,203	- 0.2	Porcelaine et verrerie	23
11,426	12,320	11,762	11,513	11,714	11,844	+ 0.5	Revêtements de plancher	24
14,042	15,056	14,221	14,297	14,748	15,093	+ 4.7	Tentures, rideaux et housses	25
8,664	9,264	9,023	9,191	9,561	9,227	+ 0.8	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison	26
36,642	38,076	41,864	41,131	41,434	42,581	+ 3.2	Meubles	27
31,912	36,616	35,701	38,662	38,521	39,495	- 6.0	Gros appareils ménagers	28
35,050	33,152	29,713	33,400	35,337	33,219	- 0.2	Télévision, radio et musique	29
34,536	33,939	32,045	36,572	35,479	34,190	+ 4.6	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
25,694	27,133	24,926	24,176	26,263	26,943	- 3.2	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
9,349	9,785	8,816	9,412	9,655	9,496	- 12.7	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
21,499	22,676	23,086	22,738	24,391	22,034	- 1.7	Bijouterie	33
21,079	21,092	20,683	20,450	21,067	20,522	+ 3.7	Jouets et jeux	34
28,271	28,756	28,118	27,663	27,072	27,918	+ 2.4	Articles de sport et valises	35
26,863	25,556	25,212	25,706	25,325	26,059	+ 2.0	Papeterie, livres et revues	36
17,432	19,160	17,841	18,370	18,508	16,870	- 4.3	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
19,993	20,864	21,221	21,118	21,225	21,341	+ 0.7	Repas et casse-croûtes	38
7,604	6,934	6,989	7,168	7,306	7,251	+ 7.4	Services et travaux de réparation	39
29,030	27,621	28,528	28,812	28,477	29,675	+ 5.5	Tous autres rayons	40
850,005	848,742	839,130	845,669	866,384	851,917	+ 2.2	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982

Province	1982							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	5,603	5,825	7,660	9,298	10,060	9,668	9,433	10,021
2 Prince Edward Island	3,311	2,956	3,744	4,285	4,446	4,797	6,030	5,098
3 Nova Scotia	12,967	13,146	16,382	20,455	20,369	20,303	19,946	21,808
4 New Brunswick	10,210	10,191	13,040	16,625	17,813	17,440	16,853	16,964
5 Quebec	106,158	98,370	118,529	145,086	151,798	135,809	134,696	142,230
6 Ontario	209,112	204,722	241,668	275,573	289,219	277,394	268,605	272,376
7 Manitoba	28,921	29,484	37,860	43,247	43,038	40,902	41,294	40,344
8 Saskatchewan	15,630	15,984	19,564	22,876	23,277	22,476	22,961	22,797
9 Alberta	94,682	89,528	107,825	118,352	117,905	121,211	111,068	114,077
10 British Columbia	111,571	105,658	125,556	133,329	130,256	137,522	130,167	126,911
11 Yukon and Northwest Territories	1,913	2,042	2,620	2,602	2,938	3,220	2,922	2,844
12 CANADA	600,079	577,906	694,447	791,728	811,119	790,742	763,975	775,466

TABLE 4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

Selected metropolitan areas	1982							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	39,359	36,626	44,827	47,244	46,836	48,110	44,318	43,611
2 Edmonton	41,843	39,763	47,049	54,107	53,478	54,215	49,535	52,911
3 Halifax-Dartmouth	7,230	7,259	8,677	11,094	10,412	10,004	9,595	10,911
4 Hamilton	15,392	15,603	18,213	21,081	21,650	20,474	19,866	19,111
5 Montreal	65,774	60,945	72,444	89,467	89,527	79,362	78,723	83,711
6 Ottawa-Hull	23,619	22,154	28,777	33,061	34,977	32,654	31,017	32,011
7 Quebec City	13,736	12,624	15,388	18,963	21,038	19,196	18,411	19,711
8 Toronto	87,801	86,224	99,286	109,794	112,200	109,463	105,514	106,411
9 Vancouver	68,830	64,243	76,470	79,239	78,330	80,407	75,953	74,111
10 Winnipeg	26,332	26,800	34,351	39,272	38,966	36,918	37,372	36,111

TABLEAU 3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1981 et 1982

1981					Change - Variation		Province	Nº
August	September	October	November	December	August/ July 1982	August 1982/1981		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Août/ juillet 1982	Août 1982/1981		
thousands of dollars - milliers de dollars								
10,385	9,526	10,454	13,146	19,400	+ 6.2	- 3.5	Terre-Neuve	1
4,949	4,808	4,488	5,360	8,511	- 15.5	+ 3.0	Île-du-Prince-Édouard	2
20,934	19,599	21,763	29,060	45,534	+ 9.3	+ 4.2	Nouvelle-Écosse	3
16,560	16,995	18,438	23,618	34,022	+ 0.7	+ 2.4	Nouveau-Brunswick	4
143,954	146,869	159,355	176,644	264,152	+ 5.6	- 1.2	Québec	5
267,875	301,967	312,584	364,788	562,418	+ 1.4	+ 1.7	Ontario	6
38,840	44,651	45,423	54,511	76,621	- 2.3	+ 3.9	Manitoba	7
21,490	22,636	25,556	30,263	42,556	- 0.7	+ 6.1	Saskatchewan	8
121,743	125,211	139,365	157,178	225,573	+ 2.7	- 6.3	Alberta	9
136,600	152,884	152,058	178,945	258,846	- 2.5	- 7.1	Colombie-Britannique	10
3,162	3,245	3,066	2,985	5,051	- 2.8	- 10.2	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
786,492	848,390	892,549	1,036,498	1,542,685	+ 1.5	- 1.4	CANADA	12

TABLEAU 4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1981					Change - Variation		Certaines zones métropolitaines	Nº
August	September	October	November	December	August/ July 1982	July 1982/1981		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Août/ juillet 1982	Juillet 1982/1981		
thousands of dollars - milliers de dollars								
49,821	49,378	56,693	63,228	89,664	- 1.5	- 12.4	Calgary	1
54,143	57,815	62,114	70,665	99,620	+ 7.0	- 2.1	Edmonton	2
10,442	10,742	11,559	15,462	23,066	+ 14.3	+ 5.1	Halifax-Dartmouth	3
19,989	21,865	23,744	28,107	44,600	- 3.5	- 4.1	Hamilton	4
13,941	92,978	99,570	110,756	165,309	+ 6.4	- 0.2	Montréal	5
9,424	34,146	36,377	40,670	58,686	+ 3.5	+ 9.1	Ottawa-Hull	6
2,051	18,120	20,270	23,288	31,381	+ 7.4	- 10.3	Ville de Québec	7
5,560	126,829	126,385	147,324	230,396	+ 1.1	+ 1.0	Toronto	8
0,527	92,584	91,004	109,284	153,147	- 2.3	- 7.8	Vancouver	9
4,713	40,651	41,004	49,523	68,668	- 2.5	+ 5.0	Winnipeg	10

TABLE 5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982

		1982							
Province		January	February	March	April	May	June	July	August
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.		thousands of dollars - milliers de dollars							
1	Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	x
2	Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	x
3	Nova Scotia	x	x	x	x	x	x	x	x
4	New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	x
5	Quebec	61,088	56,009	68,858	81,067	83,063	73,948	73,714	76,393
6	Ontario	130,523	129,584	151,871	166,003	169,784	164,109	159,248	159,596
7	Manitoba	20,017	19,818	26,132	28,201	26,829	26,205	26,399	25,890
8	Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	x
9	Alberta	77,514	71,402	87,310	92,714	89,415	94,099	84,406	86,868
10	British Columbia	93,499	88,188	105,361	107,860	104,021	109,380	103,284	101,775
11	Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	x
12	CANADA	404,404	386,451	467,207	506,180	504,670	498,570	477,615	480,451

TABLE 6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

No.	Selected metropolitan areas	1982							
		January	February	March	April	May	June	July	August
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
thousands of dollars - milliers de dollars									
1	Calgary	32,084	29,114	36,656	36,650	35,223	37,456	33,647	33,93
2	Edmonton	35,423	32,890	39,084	43,953	42,105	43,381	39,048	41,35
3	Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x	
4	Hamilton	11,871	11,943	13,875	15,936	16,165	15,114	14,840	13,97
5	Montreal	42,242	39,667	48,192	56,661	55,322	48,659	48,943	51,60
6	Ottawa-Hull	15,821	14,639	19,329	19,953	22,267	21,006	20,563	19,72
7	Quebec City	x	x	x	x	x	x	x	
8	Toronto	65,495	65,256	74,976	80,710	80,223	78,069	75,481	77,38
9	Vancouver	61,670	57,641	68,857	69,932	68,830	69,984	66,095	64,64
10	Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x	

TABLEAU 5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982

1981					Change - Variation		Province	NO
August	September	October	November	December	August/ July 1982	August 1982/1981		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Août/ juillet 1982	Août 1982/1981		
Thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
x	x	x	x	x	x	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
80,484	87,883	93,970	105,163	145,632	+ 3.6	- 5.1	Québec	5
159,909	192,188	194,859	228,634	333,761	+ 0.2	- 0.2	Ontario	6
24,519	31,428	30,351	36,915	48,918	- 1.9	+ 5.6	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
92,529	100,448	111,293	125,097	175,029	+ 2.9	- 6.1	Alberta	9
112,025	128,795	125,728	146,917	207,453	- 1.5	- 9.1	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
99,216	575,366	591,596	686,067	972,086	+ 0.6	- 3.8	CANADA	12

TABLEAU 6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

[illegible]

TABLE 7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982

Province	1982							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	x	x	x	x	x	x	x	x
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	45,070	42,360	49,671	64,018	68,736	61,861	60,981	65,837
6 Ontario	78,589	75,138	89,797	109,569	119,435	113,290	109,358	112,780
7 Manitoba	8,905	9,666	11,727	15,046	16,208	14,697	14,895	14,454
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	17,168	18,126	20,516	25,639	28,490	27,112	26,662	27,209
10 British Columbia	18,072	17,470	20,195	25,468	26,234	28,142	26,883	25,135
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	195,675	191,455	227,240	285,547	306,449	292,172	286,359	295,010

TABLE 8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

Selected metropolitan areas	1982							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	7,274	7,513	8,171	10,894	11,613	10,654	10,671	9,700
2 Edmonton	6,420	6,874	7,965	10,154	11,373	10,834	10,488	11,637
3 Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x	x
4 Hamilton	3,521	3,661	4,337	5,146	5,485	5,360	5,026	5,205
5 Montreal	23,532	21,278	24,251	32,806	34,205	30,704	29,780	32,135
6 Ottawa-Hull	7,798	7,515	9,449	13,108	12,711	11,648	10,454	12,365
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	22,306	20,968	24,310	29,084	31,978	31,394	30,032	29,285
9 Vancouver	7,160	6,602	7,613	9,307	9,500	10,423	9,858	9,571
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982

1981		Change - Variation						
August	September	October	November	December	August/ July 1982	August 1982/1981	Province	
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Août/ juillet 1982	Août 1982/1981		
thousands of dollars - milliers de dollars								NO
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
x	x	x	x	x	x	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
63,470	58,986	65,385	71,481	118,520	+ 8.0	+ 3.7	Québec	5
107,967	109,779	117,725	136,152	228,657	+ 3.1	+ 4.5	Ontario	6
14,320	13,224	15,072	17,596	27,703	- 3.0	+ 0.9	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
29,213	24,763	28,071	32,081	50,544	+ 2.1	- 6.9	Alberta	9
24,575	24,089	26,330	32,028	51,393	- 6.5	+ 2.3	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
87,276	273,024	300,954	350,430	570,598	+ 3.0	+ 2.7	CANADA	12

TABLEAU 8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

[illegible]

TABLE 9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982

		1982						
Province		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		number - nombre						
1	Newfoundland	15	14	14	14	14	14	14
2	Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7	7
3	Nova Scotia	30	30	30	30	30	30	30
4	New Brunswick	27	26	26	26	26	26	26
5	Quebec	163	163	164	164	164	164	164
6	Ontario	294	294	296	297	297	298	296
7	Manitoba	37	37	38	38	38	38	38
8	Saskatchewan	26	26	26	27	28	28	28
9	Alberta	82	82	82	82	82	82	82
10	British Columbia	99	98	98	100	101	102	102
11	Yukon and Northwest Territories	7	7	7	7	7	7	7
12	CANADA	787	784	788	792	794	796	794

TABLE 10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

No.	Selected metropolitan areas	1982						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
number - nombre								
1	Calgary	27	27	27	27	27	27	27
2	Edmonton	31	31	31	31	31	31	31
3	Halifax-Dartmouth	11	11	11	11	11	11	11
4	Hamilton	24	24	24	24	24	24	24
5	Montreal	80	80	80	80	80	80	80
6	Ottawa-Hull	31	31	31	31	31	31	31
7	Quebec City	17	17	17	17	17	17	17
8	Toronto	86	86	87	88	88	89	87
9	Vancouver	40	39	39	39	39	40	40
10	Winnipeg	29	29	30	30	30	30	30

TABLEAU 9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1981 et 1982

1982	1981						
August	August	September	October	November	December	Province	
Août	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							Nº
14	15	15	15	15	15	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
31	30	30	30	30	30	Nouvelle-Écosse	3
25	27	27	27	27	27	Nouveau-Brunswick	4
162	162	159	160	163	163	Québec	5
299	291	291	292	294	294	Ontario	6
38	37	37	37	37	37	Manitoba	7
28	26	27	26	26	26	Saskatchewan	8
83	72	80	80	82	82	Alberta	9
02	96	96	97	99	99	Colombie-Britannique	10
7	7	7	7	7	7	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
96	770	776	778	787	787	CANADA	12

TABLEAU 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1982	1981					Certaines zones métropolitaines	N°
August	August	September	October	November	December		
Août	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
	26	27	27	27	27	Calgary	1
	27	30	30	31	31	Edmonton	2
	11	11	11	11	11	Halifax-Dartmouth	3
	24	24	24	24	24	Hamilton	4
	80	80	80	80	80	Montréal	5
	31	31	31	31	31	Ottawa-Hull	6
	19	15	15	17	17	Ville de Québec	7
	85	85	85	86	86	Toronto	8
	40	40	40	40	40	Vancouver	9
	29	29	29	29	29	Winnipeg	10

TABLE 11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982

		1982						
Province		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		number - nombre						
1	Newfoundland	9	8	8	8	8	8	8
2	Prince Edward Island	3	3	3	3	3	3	3
3	Nova Scotia	5	5	5	5	5	5	5
4	New Brunswick	6	6	6	6	6	6	6
5	Quebec	58	58	58	58	58	58	58
6	Ontario	110	110	111	112	112	113	111
7	Manitoba	18	18	18	18	18	18	18
8	Saskatchewan	14	14	14	14	15	15	15
9	Alberta	51	51	51	51	51	51	51
10	British Columbia	59	59	59	60	61	61	61
11	Yukon and Northwest Territories	6	6	6	6	6	6	6
12	CANADA	339	338	339	341	343	344	342

TABLE 12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

		1982						
Selected metropolitan areas		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		number - nombre						
1	Calgary	15	15	15	15	15	15	15
2	Edmonton	19	19	19	19	19	19	19
3	Halifax-Dartmouth	4	4	4	4	4	4	4
4	Hamilton	15	15	15	15	15	15	15
5	Montreal	32	32	32	32	32	32	32
6	Ottawa-Hull	13	13	13	13	13	13	13
7	Quebec City	6	6	6	6	6	6	6
8	Toronto	40	40	41	42	42	42	40
9	Vancouver	26	26	26	26	26	26	26
10	Winnipeg	13	13	13	13	13	13	13

TABLEAU 11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982

1982	1981					Province	Nº
August Août	August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	December Décembre		
number - nombre							
8	9	9	9	9	9	Terre-Neuve	1
3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard	2
5	5	5	5	5	5	Nouvelle-Écosse	3
5	6	6	6	6	6	Nouveau-Brunswick	4
57	61	58	58	58	58	Québec	5
112	110	110	110	110	110	Ontario	6
18	18	18	18	18	18	Manitoba	7
15	14	15	14	14	14	Saskatchewan	8
51	45	50	50	51	51	Alberta	9
61	60	59	59	59	59	Colombie-Britannique	10
6	6	6	6	6	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
341	337	339	338	339	339	CANADA	12

TABLEAU 12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1982	1981					Certaines zones métropolitaines	Nº
August Août	August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	December Décembre		
number - nombre							
5	14	15	15	15	15	Calgary	1
9	16	19	19	19	19	Edmonton	2
4	4	4	4	4	4	Halifax-Dartmouth	3
5	15	15	15	15	15	Hamilton	4
1	32	32	32	32	32	Montréal	5
3	13	13	13	13	13	Ottawa-Hull	6
6	10	6	6	6	6	Ville de Québec	7
9	40	40	40	40	40	Toronto	8
6	26	26	26	26	26	Vancouver	9
3	13	13	13	13	13	Winnipeg	10

TABLE 13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982

Province	1982						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	6	6	6	6	6	6	6
2 Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4	4
3 Nova Scotia	25	25	25	25	25	25	25
4 New Brunswick	21	20	20	20	20	20	20
5 Quebec	105	105	106	106	106	106	106
6 Ontario	184	184	185	185	185	185	185
7 Manitoba	19	19	20	20	20	20	20
8 Saskatchewan	12	12	12	13	13	13	13
9 Alberta	31	31	31	31	31	31	31
10 British Columbia	40	39	39	40	40	41	41
11 Yukon and Northwest Territories	1	1	1	1	1	1	1
12 CANADA	448	446	449	451	451	452	452

TABLE 14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

Selected metropolitan areas	1982						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Calgary	12	12	12	12	12	12	12
2 Edmonton	12	12	12	12	12	12	12
3 Halifax-Dartmouth	7	7	7	7	7	7	7
4 Hamilton	9	9	9	9	9	9	9
5 Montreal	48	48	48	48	48	48	48
6 Ottawa-Hull	18	18	18	18	18	18	18
7 Quebec City	11	11	11	11	11	11	11
8 Toronto	46	46	46	46	46	47	47
9 Vancouver	14	13	13	13	13	14	14
10 Winnipeg	16	16	17	17	17	17	17

TABLEAU 13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982

1982	1981					Province	No
August	August	September	October	November	December		
Août	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
6	6	6	6	6	6	Terre-Neuve	1
4	4	4	4	4	4	Île-du-Prince-Édouard	2
26	25	25	25	25	25	Nouvelle-Écosse	3
20	21	21	21	21	21	Nouveau-Brunswick	4
105	101	101	102	105	105	Québec	5
187	181	181	182	184	184	Ontario	6
20	19	19	19	19	19	Manitoba	7
13	12	12	12	12	12	Saskatchewan	8
32	27	30	30	31	31	Alberta	9
41	36	37	38	40	40	Colombie-Britannique	10
1	1	1	1	1	1	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
455	433	437	440	448	448	CANADA	12

TABLEAU 14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1982	1981					Certaines zones métropolitaines	N ^o
August	August	September	October	November	December		
Août	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
12	12	12	12	12	12	Calgary	1
13	11	11	11	12	12	Edmonton	2
8	7	7	7	7	7	Halifax-Dartmouth	3
9	9	9	9	9	9	Hamilton	4
48	48	48	48	48	48	Montréal	5
19	18	18	18	18	18	Ottawa-Hull	6
11	9	9	9	11	11	Ville de Québec	7
47	45	45	45	46	46	Toronto	8
15	14	14	14	14	14	Vancouver	9
17	16	16	16	16	16	Winnipeg	10

TABLE 15. Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982
January-August

TABLEAU 15. Ventés cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982
Janvier-août

No.	Department Rayon	Sales - Ventés		Change 1982/1981
		1981 ^r	1982	Variation 1982/1981
		thousands of dollars milliers de dollars		per cent pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	124,157	118,683	- 4.4
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	87,861	85,623	- 2.5
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sport pour dames et jeunes filles	318,983	320,483	+ 0.5
4	Furs - Fourrures	14,684	15,885	+ 8.2
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	153,599	161,803	+ 5.3
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	112,914	115,068	+ 1.9
7	Lingerie and women's sleeperwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	102,890	106,207	+ 3.2
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	70,260	69,984	- 0.4
9	Millinery - Chapeaux	7,354	8,100	+ 10.1
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	62,218	65,734	+ 5.7
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	87,212	82,654	- 5.2
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	158,175	155,306	- 1.8
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	236,692	227,787	- 3.8
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	223,785	236,129	+ 5.5
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habille- ment pour garçons	76,770	80,783	+ 5.2
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	104,231	100,720	- 3.4
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	411,665	430,105	+ 4.5
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	288,062	308,205	+ 7.0
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	92,795	89,682	- 3.4
20	Piece goods - Tissus à la pièce	38,436	33,993	- 11.6
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	174,025	172,872	- 0.7
22	Smallwares and notions - Menus articles	60,518	58,087	- 4.0
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	78,695	73,860	- 6.1
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	97,873	87,329	- 10.8
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	112,546	106,211	- 5.6
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	61,103	54,543	- 10.7
27	Furniture - Meubles	371,522	300,002	- 19.3
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	329,155	267,861	- 18.6
29	Television, radio and music - Télévision, radio et musique	217,607	222,019	+ 2.0
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	225,747	227,741	+ 0.9
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	206,317	204,431	- 0.9
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	72,445	75,243	+ 3.9
33	Jewellery - Bijouterie	127,102	121,224	- 4.6
34	Toys and games - Jouets et jeux	85,704	88,255	+ 3.0
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	209,131	212,055	+ 1.4
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	157,547	162,072	+ 2.9
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	128,777	132,536	+ 2.9
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	155,289	154,310	- 0.6
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	47,453	56,094	+ 18.2
40	All other departments - Tous autres rayons	206,652	215,777	+ 4.4
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	5,897,951	5,805,456	- 1.6

TABLE 16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982
January-August

TABLEAU 16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1981 et 1982
Janvier-août

Province	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	67,021	67,568	+ 0.8
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	33,599	34,667	+ 3.2
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	140,258	145,376	+ 3.6
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	114,537	119,136	+ 4.0
Québec	1,061,938	1,032,676	- 2.8
Ontario	2,055,651	2,038,669	- 0.8
Manitoba	296,141	305,090	+ 3.0
Saskatchewan	166,962	165,560	- 0.8
Alberta	874,005	874,648	+ 0.1
British Columbia - Colombie-Britannique	1,066,512	1,000,969	- 6.1
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	21,332	21,098	- 1.1
CANADA	5,897,951	5,805,456	- 1.6

TABLE 17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982
January-August

TABLEAU 17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines,
1981 et 1982
Janvier-août

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	351,461	350,955	- 0.1
Edmonton	399,931	392,982	- 1.7
Halifax-Dartmouth	72,019	75,241	+ 4.5
Hamilton	154,556	151,457	- 2.0
Montréal	646,586	619,986	- 4.1
Ottawa-Hull	225,917	238,354	+ 5.5
Quebec City - Ville de Québec	143,898	139,133	- 3.3
Toronto	840,906	816,947	- 2.8
Vancouver	647,792	597,694	- 7.7
Winnipeg	267,103	276,443	+ 3.5

TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982
January-August

TABLEAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982
Janvier-août

Province	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	x	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	610,863	574,140	- 6.0
Ontario	1,279,982	1,230,718	- 3.8
Manitoba	193,299	199,491	+ 3.2
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	683,510	683,728	--
British Columbia - Colombie-Britannique	888,411	813,368	- 8.4
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	3,883,973	3,725,548	- 4.1

TABLE 19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982
January-August

TABLEAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982
Janvier-août

Selected metropolitan areas Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	273,804	274,765	+ 0.4
Edmonton	323,329	317,239	- 1.9
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	115,069	113,717	- 1.2
Montréal	414,794	391,291	- 5.7
Ottawa-Hull	149,077	153,307	+ 2.8
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	632,865	597,590	- 5.6
Vancouver	576,179	527,658	- 8.4
Winnipeg	x	x	x

TABLE 20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982
January-August

TABLEAU 20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982
Janvier-août

Province	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	x	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	451,076	458,534	+ 1.7
Ontario	775,670	807,956	+ 4.2
Manitoba	102,841	105,598	+ 2.7
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	190,494	190,922	+ 0.2
British Columbia - Colombie-Britannique	178,099	187,599	+ 5.3
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	2,013,977	2,079,907	+ 3.3

TABLE 21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982
January-August

TABLEAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines,
1981 et 1982
Janvier-août

Selected metropolitan areas certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	77,657	76,490	- 1.5
Edmonton	76,603	75,745	- 1.1
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	39,487	37,741	- 4.4
Montréal	231,794	228,695	- 1.3
Ottawa-Hull	76,837	85,048	+ 10.7
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	208,043	219,357	+ 5.4
Vancouver	71,613	70,036	- 2.2
Winnipeg	x	x	x

TABLE 22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981 and 1982

TABLEAU 22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981 et 1982

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution
	'000	%	'000	%	'000	%
1981:						
January - Janvier	643,821	100.0	442,269	68.7	201,552	31.3
February - Février	568,767	100.0	381,684	67.1	187,082	32.9
March - Mars	688,718	100.0	471,588	68.5	217,130	31.5
April - Avril	793,595	100.0	521,698	65.7	271,897	34.3
May - Mai	822,881	100.0	532,820	64.8	290,061	35.2
June - Juin	835,934	100.0	548,803	65.7	287,131	34.3
July - Juillet	757,743	100.0	485,895	64.1	271,848	35.9
August - Août	786,492	100.0	499,216	63.5	287,276	36.5
September - Septembre	848,390	100.0	575,366	67.8	273,024	32.2
October - Octobre	892,549	100.0	591,596	66.3	300,954	33.7
November - Novembre	1,036,498	100.0	686,067	66.2	350,430	33.8
December - Décembre	1,542,685	100.0	972,086	63.0	570,598	37.0
Year - Année	10,218,073	100.0	6,709,088	65.7	3,508,983	34.3
1982:						
January - Janvier	600,079	100.0	404,404	67.4	195,675	32.6
February - Février	577,906	100.0	386,451	66.9	191,455	33.1
March - Mars	694,447	100.0	467,207	67.3	227,240	32.7
April - Avril	791,728	100.0	506,180	63.9	285,547	36.1
May - Mai	811,119	100.0	504,670	62.2	306,449	37.8
June - Juin	790,742	100.0	498,570	63.1	292,172	36.9
July - Juillet	763,975	100.0	477,615	62.5	286,359	37.5
August - Août	775,460	100.0	480,451	62.0	295,010	38.0
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 23. Department Store Monthly Sales as a Percentage of Total Retail Trade, by Province, 1981 and 1982
August

TABLEAU 23. Proportions procentuelles mensuelles des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province, 1981 et 1982
Août

Province	1981 ^r	1982
	per cent - pourcentage	
Newfoundland - Terre-Neuve	7.3	6.7
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	13.1	13.2
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	8.4	8.2
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	8.4	8.2
Québec	7.9	7.5
Ontario	10.0	9.3
Manitoba	13.2	13.0
Saskatchewan	6.7	6.9
Alberta	13.6	13.1
British Columbia - Colombie-Britannique	13.8	13.5
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	12.4	11.3
CANADA	10.3	9.7

TABLE 24. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, 1981 and 1982

		1982							
		January	February	March	April	May	June	July	August
Department		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.		thousands of dollars							
		milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	45,563	46,324	49,956	61,422	53,996	44,779	50,075	42,110
2	Women's and misses' coats and suits	28,018	36,932	37,386	35,287	31,781	34,347	53,829	56,166
3	Women's and misses' sportswear	98,814	104,198	120,456	146,437	139,327	113,690	122,569	117,549
4	Furs	18,433	17,186	16,269	16,249	16,435	17,921	16,901	18,268
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	61,548	60,033	60,661	80,996	70,348	67,120	84,158	70,317
6	Girls' and teenage girls' wear	35,182	39,073	44,171	54,035	49,388	43,281	56,772	47,476
7	Lingerie and women's sleepwear	40,036	40,592	45,160	53,303	51,133	44,395	45,635	46,172
8	Intimate apparel	32,235	28,340	29,431	33,805	32,265	29,431	30,072	29,858
9	Millinery	1,705	1,194	1,029	1,228	1,319	1,142	1,151	1,635
10	Women's and girls' hosiery	20,962	21,453	24,788	28,088	28,136	26,223	29,365	30,231
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	34,682	38,123	41,945	49,058	45,061	36,849	41,291	42,804
12	Women's, misses' and children's footwear	87,084	94,059	109,852	127,461	115,719	104,305	103,144	100,597
13	Men's clothing	121,023	144,954	153,997	188,986	165,246	151,568	151,950	183,318
14	Men's furnishings	115,358	119,780	128,539	156,904	149,582	132,185	146,369	150,374
15	Boys' clothing and furnishings	35,239	37,910	37,033	43,855	38,244	34,101	51,118	35,957
16	Men's and boys' footwear	67,699	68,641	76,775	89,539	88,004	80,766	77,195	75,379
17	Food and kindred products	38,730	32,819	35,302	35,516	33,314	35,152	33,710	28,550
18	Toiletries, cosmetics and drugs	168,715	136,298	145,774	176,578	171,034	167,698	168,487	155,273
19	Photographic equipment and supplies	54,039	47,485	45,858	62,039	57,622	52,117	53,926	54,882
20	Piece goods	26,758	27,466	31,482	32,886	31,183	31,091	31,686	28,807
21	Linens and domestics	105,895	104,167	108,155	118,515	114,625	106,454	101,390	89,195
22	Smallwares and notions	35,714	32,999	34,159	43,815	43,739	41,995	43,017	38,491
23	China and glassware	79,696	84,356	87,916	89,585	94,417	88,675	91,333	91,101
24	Floor coverings	59,308	53,602	56,326	65,293	61,679	62,160	58,862	56,435
25	Draperies, curtains and furniture coverings	74,144	67,185	66,471	74,758	67,791	63,883	65,079	58,905
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	44,908	43,607	45,553	55,147	51,384	50,536	50,871	51,399
27	Furniture	203,525	197,657	199,513	228,763	213,091	196,515	195,498	182,065
28	Major appliances	67,844	57,690	57,243	65,702	61,359	57,572	60,881	60,055
29	Television, radio and music	119,077	113,348	121,728	143,899	135,821	134,059	128,410	123,865
30	Housewares and small electrical appliances	128,912	117,029	123,454	150,298	142,848	141,682	139,901	134,715
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	109,649	96,519	116,389	150,983	140,726	141,579	139,821	138,095
32	Plumbing, heating and building materials	33,209	31,260	31,762	43,256	34,229	33,689	34,599	33,445
33	Jewellery	112,886	113,175	119,253	133,470	128,962	119,789	118,055	114,065
34	Toys and games	73,582	67,604	69,487	88,032	75,209	69,867	76,257	93,475
35	Sporting goods and luggage	106,210	109,124	120,993	159,494	151,440	133,323	127,221	116,705
36	Stationery, books and magazines	85,895	77,522	78,563	93,255	96,064	94,589	103,269	97,945
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	45,833	44,780	41,673	55,367	51,576	47,686	47,899	49,575
38	Meals and lunches	1,490	959	799	797	741	733	689	656
39	Repairs and services	5,313	4,271	4,298	5,961	5,070	5,450	5,536	5,665
40	All other departments	60,107	58,607	64,393	84,704	80,703	70,706	68,642	60,065
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,685,020	2,618,121	2,783,992	3,324,766	3,120,611	2,909,103	3,006,633	2,911,445

(1) At selling value.

TABLEAU 24. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1981					Change - Variation		Rayon	NO
August	September	October	November	December	August/ July 1982	August 1982/1981		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Août/ juillet 1982	Août 1982/1981		
thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
40,505	42,691	61,182	53,746	45,831	- 15.9	+ 4.0	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
62,840	65,741	74,809	60,150	35,304	+ 4.3	- 10.6	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
115,724	112,960	145,499	137,605	98,255	- 4.1	+ 1.6	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
20,839	23,072	26,692	25,164	21,783	+ 8.1	- 12.3	Fourrures	4
76,715	68,559	96,132	77,985	67,443	- 16.4	- 8.3	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
52,219	45,414	58,640	47,906	34,701	- 16.4	- 9.1	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
44,197	43,945	66,918	68,621	40,855	+ 1.2	+ 4.5	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
30,697	26,044	38,582	37,252	31,897	- 0.7	- 2.7	Sous-vêtements	8
1,035	1,372	2,302	3,278	3,027	+ 42.1	+ 58.0	Chapeaux	9
26,819	21,432	26,808	26,604	20,860	+ 2.9	+ 12.7	Bas pour dames et fillettes	10
46,955	41,520	62,417	58,659	37,112	+ 3.7	- 8.8	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
93,112	85,055	107,164	97,725	94,195	- 2.5	+ 8.0	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
194,816	161,877	217,065	199,866	166,447	+ 20.6	- 5.9	Vêtements pour hommes	13
143,484	142,050	189,713	168,170	107,165	+ 2.7	+ 4.8	Articles d'habillement pour hommes	14
41,163	40,975	58,443	46,414	34,246	- 29.7	- 12.6	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
80,908	71,868	97,593	86,002	76,019	- 2.4	- 6.8	Chaussures pour hommes et garçons	16
25,917	26,965	37,527	41,887	25,657	- 15.3	+ 10.2	Produits alimentaires et connexes	17
135,627	135,837	207,606	208,185	151,994	- 7.8	+ 14.5	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
53,831	48,302	73,471	60,613	44,962	+ 1.8	+ 2.0	Appareils et fournitures photographiques	19
29,533	26,989	33,103	31,952	30,923	- 9.1	- 2.5	Tissus à la pièce	20
105,339	94,325	130,265	129,646	119,640	- 12.0	- 15.3	Literie et linge de maison	21
42,259	38,554	44,062	38,944	42,553	- 10.5	- 8.9	Menus articles	22
85,099	80,387	97,388	98,820	106,239	- 0.3	+ 7.1	Porcelaine et verrerie	23
63,686	54,111	65,319	59,510	66,289	- 4.1	- 11.4	Revêtements de plancher	24
68,332	61,324	80,445	76,572	76,095	- 9.5	- 13.8	Tentures, rideaux et housses	25
52,219	46,732	62,781	56,350	43,282	+ 1.0	- 1.6	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
207,412	188,708	242,562	214,334	237,373	- 6.9	- 12.2	Meubles	27
69,592	63,851	86,627	85,708	81,194	- 1.4	- 13.7	Gros appareils ménagers	28
116,717	110,165	154,115	149,488	128,437	- 3.5	+ 6.1	Télévision, radio et musique	29
136,469	129,367	166,700	166,421	125,107	- 3.7	- 1.3	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
146,709	119,215	172,110	142,527	123,138	- 1.2	- 5.9	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
31,853	27,256	36,505	32,824	34,101	- 3.3	+ 5.0	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
112,761	102,865	144,247	140,658	108,515	- 3.4	+ 1.2	Bijouterie	33
86,882	96,378	141,697	112,172	55,096	+ 22.5	+ 7.5	Jouets et jeux	34
124,985	129,106	188,390	152,274	123,644	- 8.3	- 6.6	Articles de sport et valises	35
89,680	86,411	115,662	100,573	74,564	- 5.2	+ 9.2	Papeterie, livres et revues	36
48,434	41,012	62,225	55,509	47,423	+ 3.4	+ 2.3	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
1,150	1,314	1,524	1,386	1,341	- 7.1	- 44.3	Repas et casse-croûtes	38
5,850	5,572	6,800	5,825	4,462	+ 1.6	- 3.8	Services et travaux de réparation	39
74,219	67,876	90,234	80,260	77,034	- 12.5	- 19.1	Tous autres rayons	40
2,986,583	2,777,197	3,771,324	3,437,585	2,844,203	- 3.2	- 2.5	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982(1)

No.	Department	1982						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	50,757	46,815	46,740	51,023	48,544	52,300	54,607
2	Women's and misses' coats and suits	39,366	43,467	43,721	44,980	47,470	50,274	42,422
3	Women's and misses' sportswear	119,224	112,137	116,281	123,492	121,672	122,090	120,627
4	Furs	18,866	19,567	20,677	18,994	18,939	21,717	18,138
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	73,823	69,843	68,204	74,084	68,239	74,379	68,639
6	Girls' and teenage girls' wear	47,493	44,100	46,861	49,419	45,844	48,299	46,246
7	Lingerie and women's sleepwear	51,292	48,741	47,738	47,605	46,573	49,153	48,579
8	Intimate apparel	31,930	29,542	31,003	33,328	30,081	32,147	30,853
9	Millinery
10	Women's and girls' hosiery	23,207	23,237	25,486	26,077	25,846	28,049	28,786
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	40,955	42,013	44,195	45,593	43,449	42,190	43,542
12	Women's, misses' and children's footwear	106,011	103,471	107,973	113,027	107,516	107,586	97,785
13	Men's clothing	158,767	157,506	164,036	186,450	162,356	185,020	157,788
14	Men's furnishings	137,525	135,833	138,587	145,605	137,483	148,756	146,179
15	Boys' clothing and furnishings	40,752	39,215	41,902	42,949	39,937	38,264	41,603
16	Men's and boys' footwear	83,509	80,746	76,530	79,946	78,240	85,232	75,615
17	Food and kindred products
18	Toiletries, cosmetics and drugs	167,305	160,371	160,668	166,929	163,497	181,256	174,093
19	Photographic equipment and supplies	54,544	53,116	53,348	60,414	55,204	60,272	55,537
20	Piece goods	29,644	27,755	31,347	30,804	29,915	32,172	31,276
21	Linens and domestics	116,706	106,351	110,531	108,055	101,889	103,575	103,787
22	Smallwares and notions	40,307	38,107	37,158	40,197	38,263	39,306	38,852
23	China and glassware	89,870	94,516	92,974	88,018	90,093	92,572	92,377
24	Floor coverings	59,724	56,610	58,765	63,688	59,017	60,268	57,793
25	Draperies, curtains and furniture coverings	77,555	67,538	67,834	69,516	62,251	65,602	63,991
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	51,070	48,428	47,501	54,225	46,468	50,551	49,587
27	Furniture	215,180	204,819	198,303	207,044	191,957	192,210	197,154
28	Major appliances	68,637	55,197	55,147	60,818	58,796	60,247	63,971
29	Television, radio and music	126,026	124,398	124,785	134,901	130,723	138,505	135,539
30	Housewares and small electrical appliances	141,033	129,060	126,257	136,834	131,839	143,971	140,618
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	125,575	121,003	123,094	124,390	120,943	128,377	123,396
34	Toys and games	86,589	84,958	84,813	92,074	82,367	86,501	87,682
35	Sporting goods and luggage	142,735	131,218	128,880	139,381	129,902	137,602	129,395
36	Stationery, books and magazines	96,445	92,222	90,333	93,022	89,487	98,530	97,728
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies
38	Meals and lunches
39	Repairs and services
40	All other departments
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,027,526	2,882,407	2,920,680	3,131,549	2,930,977	3,109,013	2,966,588

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABEAU 25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1981 et 1982(1)

1982	1981	Change - Variation							
August	August	September	October	November	December	August/ July 1982	Rayon		
Août	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Août/ juillet 1982			
thousands of dollars								N°	
milliers de dollars							per cent		
							pourcentage		
48,060	45,989	50,600	51,973	46,503	50,872	- 12.0	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1	
42,518	47,435	49,165	49,355	49,261	45,778	+ 0.2	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2	
118,330	116,267	130,095	128,983	120,449	123,659	- 1.9	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3	
16,685	18,928	19,971	20,328	20,307	20,306	- 8.0	Fourrures	4	
66,588	72,409	72,036	81,334	72,070	75,708	- 3.0	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5	
43,066	47,357	46,111	49,117	42,156	48,296	- 6.9	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
45,974	43,863	47,608	50,279	51,021	52,869	- 5.4	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
29,951	30,754	31,189	35,655	31,443	31,691	- 2.9	Sous-vêtements	8	
***	***	***	***	***	***	***	Chapeaux	9	
26,867	23,803	23,071	24,651	24,685	24,276	- 6.7	Bas pour dames et fillettes	10	
44,536	48,668	46,329	47,180	43,428	44,596	+ 2.3	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11	
91,844	84,877	91,358	96,994	98,696	104,415	- 6.1	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12	
157,856	167,552	162,867	169,902	164,356	182,672	--	Vêtements pour hommes	13	
147,166	140,156	144,097	143,217	139,081	142,257	+ 0.7	Articles d'habillement pour hommes	14	
36,516	41,711	41,910	44,831	41,743	42,491	- 12.2	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15	
72,355	77,492	77,661	80,448	80,721	86,616	- 4.3	Chaussures pour hommes et garçons	16	
***	***	***	***	***	***	***	Produits alimentaires et connexes	17	
174,190	151,997	156,583	164,902	156,981	170,279	+ 0.1	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18	
58,988	57,837	55,944	54,665	45,784	50,738	+ 6.2	Appareils et fournitures photographiques	19	
28,096	28,695	29,747	30,614	31,560	31,435	- 10.2	Tissus à la pièce	20	
95,477	112,562	114,802	122,740	119,085	119,674	- 8.0	Literie et linge de maison	21	
37,522	41,134	42,996	42,932	40,712	42,018	- 3.4	Menus articles	22	
91,890	85,576	88,187	88,090	83,857	98,775	- 0.5	Porcelaine et verrerie	23	
55,401	62,452	61,873	63,167	61,805	60,813	- 4.1	Revêtements de plancher	24	
60,879	70,403	71,690	76,068	75,653	74,402	- 4.9	Tentures, rideaux et housses	25	
49,362	50,171	50,956	52,200	50,213	52,304	- 0.5	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26	
193,372	220,196	227,870	245,666	215,288	215,321	- 1.9	Meubles	27	
67,809	78,624	79,950	84,384	78,837	74,152	+ 6.0	Gros appareils ménagers	28	
131,408	123,799	127,669	139,121	125,530	123,524	- 3.0	Télévision, radio et musique	29	
137,931	139,564	142,749	147,172	144,400	143,958	- 1.9	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30	
***	***	***	***	***	***	***	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31	
***	***	***	***	***	***	***	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32	
117,334	115,822	118,571	122,275	112,920	120,085	- 4.9	Bijouterie	33	
87,498	81,228	76,824	80,171	83,204	99,195	- 0.2	Jouets et jeux	34	
120,472	128,790	133,496	144,608	134,781	144,593	- 6.9	Articles de sport et valises	35	
92,303	84,377	89,861	92,355	81,279	93,742	- 5.6	Papeterie, livres et revues	36	
***	***	***	***	***	***	***	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37	
***	***	***	***	***	***	***	Repas et casse-croûtes	38	
***	***	***	***	***	***	***	Services et travaux de réparation	39	
***	***	***	***	***	***	***	Tous autres rayons	40	
2,901,594	2,971,521	3,013,193	3,187,136	3,004,193	3,083,503	- 2.2	TOTAL, TOUS RAYONS	41	

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982

No.	Department	1982						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5.58	4.41	3.63	3.51	2.58	2.53	3.24
2	Women's and misses' coats and suits	2.69	3.70	2.62	2.44	4.39	6.23	7.86
3	Women's and misses' sportswear	3.93	3.58	3.05	3.18	2.73	2.60	2.90
4	Furs	4.40	5.06	5.53	23.82	28.14	29.87	9.70
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.99	3.92	3.12	3.37	3.24	3.36	4.09
6	Girls' and teenage girls' wear	4.72	3.93	2.90	3.19	3.16	3.13	4.30
7	Lingerie and women's sleepwear	4.47	3.95	3.66	3.53	3.16	2.97	2.97
8	Intimate apparel	4.84	4.28	3.47	3.44	3.23	3.01	3.23
9	Millinery	1.25	1.34	1.13	1.06	1.36	1.29	1.23
10	Women's and girls' hosiery	2.78	3.21	2.85	2.73	3.04	3.19	4.27
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.28	4.86	3.93	3.83	3.61	3.42	4.36
12	Women's, misses' and children's footwear	6.72	7.87	5.66	5.12	4.66	4.75	5.88
13	Men's clothing	5.40	6.91	4.84	5.75	5.17	4.35	6.10
14	Men's furnishings	5.41	5.85	4.85	5.11	4.66	3.19	4.66
15	Boys' clothing and furnishings	5.83	6.24	4.04	3.63	3.58	3.42	5.73
16	Men's and boys' footwear	7.29	8.71	6.60	5.58	5.56	5.33	6.65
17	Food and kindred products	0.80	0.58	0.70	0.59	0.58	0.71	0.66
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.04	4.06	3.82	4.28	4.25	4.15	4.14
19	Photographic equipment and supplies	5.98	5.97	4.67	5.54	5.22	3.81	3.93
20	Piece goods	6.92	7.14	6.40	6.91	6.84	7.74	8.83
21	Linens and domestics	4.47	7.16	5.95	5.97	5.50	4.30	3.82
22	Smallwares and notions	4.11	4.66	4.62	5.65	6.93	6.47	6.27
23	China and glassware	10.89	11.27	9.22	8.95	8.74	9.33	9.13
24	Floor coverings	6.55	5.56	4.76	5.50	5.46	5.38	5.03
25	Draperies, curtains and furniture coverings	7.78	7.21	4.87	5.00	4.64	4.03	4.29
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7.39	7.81	6.47	8.11	7.21	7.12	6.66
27	Furniture	5.42	6.34	5.58	6.25	5.27	4.99	4.48
28	Major appliances	1.92	2.09	1.82	2.07	1.89	1.62	1.47
29	Television, radio and music	4.29	4.83	4.19	5.10	5.43	4.88	4.24
30	Housewares and small electrical appliances	5.63	4.64	5.11	5.09	4.46	4.57	4.30
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	5.18	4.76	5.66	5.74	3.94	4.60	5.22
32	Plumbing, heating and building materials	5.30	4.88	4.30	4.05	2.66	3.06	2.94
33	Jewellery	11.68	10.02	7.74	7.90	7.18	6.87	7.07
34	Toys and games	10.64	8.64	7.15	6.26	6.38	5.68	5.67
35	Sporting goods and luggage	5.34	6.79	5.76	5.67	4.32	3.67	4.00
36	Stationery, books and magazines	4.92	4.26	4.25	4.62	4.89	4.60	5.18
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	2.84	3.51	2.74	3.05	2.90	2.64	2.60
38	Meals and lunches	0.08	0.05	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04
39	Repairs and services	0.83	0.68	0.56	0.76	0.69	0.76	0.85
40	All other departments	3.02	2.97	2.85	2.82	2.11	2.23	2.46
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.37	4.42	3.94	4.16	3.77	3.62	3.83

TABLEAU 26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1982	1981					Rayon	No
August	August	September	October	November	December		
Août	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
2.87	2.64	2.52	3.79	2.92	2.00	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-formes pour dames et jeunes filles	1
3.32	4.06	3.36	2.94	2.82	1.48	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
2.68	2.58	1.90	2.88	2.61	1.41	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
10.47	9.34	8.25	7.37	5.50	3.12	Fourrures	4
2.78	3.27	2.80	3.79	3.02	1.87	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
2.07	2.30	2.50	3.58	2.67	1.38	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
3.54	3.52	2.88	4.04	2.87	0.95	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3.20	3.41	2.71	4.47	3.92	2.44	Sous-vêtements	8
1.68	1.16	0.93	1.08	1.05	0.75	Chapeaux	9
3.70	3.64	2.01	2.45	2.49	1.34	Bas pour dames et fillettes	10
4.06	4.10	2.50	3.76	2.74	1.05	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
4.62	4.21	2.97	3.79	3.71	3.01	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
6.55	6.16	3.94	5.16	3.99	2.42	Vêtements pour hommes	13
4.68	5.12	3.92	5.05	2.99	1.06	Articles d'habillement pour hommes	14
2.01	2.52	3.47	4.98	3.40	1.54	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
5.67	5.76	4.17	5.68	4.81	3.24	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.50	0.47	0.56	0.67	0.63	0.34	Produits alimentaires et connexes	17
3.84	3.58	3.45	4.83	4.13	1.51	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
4.15	3.69	3.83	5.66	3.65	1.39	Appareils et fournitures photographiques	19
6.50	6.49	4.74	5.50	5.16	6.70	Tissus à la pièce	20
3.65	4.47	3.68	5.20	5.14	3.02	Literie et linge de maison	21
5.13	5.66	3.74	4.11	3.88	3.37	Menus articles	22
9.89	8.70	6.72	8.70	5.40	2.94	Porcelaine et verrerie	23
5.43	5.59	4.42	4.63	4.26	5.39	Revêtements de plancher	24
4.48	4.80	4.12	5.05	4.81	4.27	Tentures, rideaux et housses	25
7.13	6.51	5.37	6.78	4.33	2.13	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
5.14	5.44	4.25	5.74	5.17	5.62	Meubles	27
1.86	1.85	1.62	2.08	2.25	1.87	Gros appareils ménagers	28
4.03	3.93	3.37	4.30	3.28	1.83	Télévision, radio et musique	29
4.43	4.42	4.42	4.85	3.92	1.66	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
6.02	5.91	5.01	6.37	5.30	3.26	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
3.78	3.51	3.02	3.48	3.50	3.64	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
7.18	6.51	4.64	7.47	4.21	1.60	Bijouterie	33
7.66	6.88	7.89	6.66	2.35	0.72	Jouets et jeux	34
4.91	5.01	5.66	8.03	5.37	2.30	Articles de sport et valises	35
3.54	3.29	3.28	4.97	3.15	1.23	Papeterie, livres et revues	36
3.10	2.77	2.55	2.77	2.45	2.06	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
0.03	0.06	0.06	0.07	0.06	0.04	Repas et casse-croûtes	38
0.83	0.96	0.80	0.82	0.61	0.46	Services et travaux de réparation	39
2.35	2.95	2.90	3.26	3.09	1.64	Tous autres rayons	40
3.65	3.71	3.21	4.14	3.28	1.82	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

TABLE 27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982

No.	Department	1982						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.18	0.23	0.29	0.32	0.36	0.36	0.33
2	Women's and misses' coats and suits	0.33	0.31	0.38	0.40	0.22	0.17	0.16
3	Women's and misses' sportswear	0.26	0.29	0.35	0.34	0.36	0.35	0.36
4	Furs	0.21	0.19	0.18	0.04	0.04	0.03	0.10
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	0.24	0.25	0.32	0.34	0.29	0.29	0.27
6	Girls' and teenage girls' wear	0.21	0.27	0.37	0.34	0.30	0.30	0.26
7	Lingerie and women's sleepwear	0.22	0.25	0.29	0.31	0.31	0.31	0.34
8	Intimate apparel	0.21	0.22	0.29	0.31	0.30	0.32	0.31
9	Millinery	0.56	0.62	0.82	1.03	0.76	0.72	0.82
10	Women's and girls' hosiery	0.36	0.32	0.38	0.39	0.33	0.30	0.25
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.23	0.22	0.27	0.28	0.26	0.26	0.24
12	Women's, misses' and children's footwear	0.14	0.13	0.19	0.21	0.20	0.20	0.17
13	Men's clothing	0.16	0.16	0.21	0.19	0.18	0.22	0.16
14	Men's furnishings	0.19	0.17	0.21	0.21	0.21	0.29	0.23
15	Boys' clothing and furnishings	0.17	0.17	0.24	0.30	0.26	0.28	0.21
16	Men's and boys' footwear	0.13	0.12	0.16	0.19	0.18	0.18	0.15
17	Food and kindred products	1.50	1.57	1.49	1.69	1.68	1.45	1.47
18	Toiletries, cosmetics and drugs	0.21	0.22	0.27	0.26	0.23	0.24	0.24
19	Photographic equipment and supplies	0.18	0.16	0.21	0.21	0.18	0.25	0.26
20	Piece goods	0.13	0.14	0.17	0.15	0.14	0.13	0.11
21	Linens and domestics	0.21	0.14	0.17	0.18	0.18	0.22	0.26
22	Smallwares and notions	0.22	0.21	0.22	0.20	0.14	0.15	0.16
23	China and glassware	0.08	0.09	0.11	0.11	0.12	0.10	0.11
24	Floor coverings	0.14	0.17	0.22	0.20	0.18	0.19	0.19
25	Draperies, curtains and furniture coverings	0.13	0.13	0.20	0.21	0.20	0.24	0.24
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.14	0.13	0.16	0.14	0.13	0.14	0.15
27	Furniture	0.17	0.16	0.18	0.17	0.18	0.19	0.22
28	Major appliances	0.47	0.44	0.55	0.52	0.51	0.60	0.70
29	Television, radio and music	0.22	0.20	0.25	0.21	0.18	0.20	0.23
30	Housewares and small electrical appliances	0.18	0.21	0.20	0.22	0.22	0.22	0.23
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.18	0.20	0.19	0.20	0.24	0.22	0.19
32	Plumbing, heating and building materials	0.19	0.20	0.23	0.28	0.33	0.32	0.34
33	Jewellery	0.09	0.10	0.13	0.13	0.14	0.14	0.14
34	Toys and games	0.11	0.11	0.14	0.18	0.14	0.17	0.18
35	Sporting goods and luggage	0.17	0.15	0.18	0.20	0.23	0.26	0.24
36	Stationery, books and magazines	0.22	0.22	0.24	0.23	0.21	0.22	0.20
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.35	0.28	0.35	0.37	0.33	0.36	0.39
38	Meals and lunches	12.92	15.04	22.85	24.53	24.74	26.63	27.61
39	Repairs and services	1.31	1.32	1.81	1.53	1.33	1.36	1.18
40	All other departments	0.29	0.33	0.37	0.40	0.46	0.42	0.40
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.22	0.22	0.26	0.26	0.25	0.26	0.26

TABLEAU 27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1982	1981						
August	August	September	October	November	December	Rayon	
Août	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		No
0.32	0.37	0.41	0.31	0.32	0.46	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
0.31	0.25	0.30	0.36	0.32	0.50	formes pour dames et jeunes filles	
0.36	0.39	0.52	0.39	0.37	0.59	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
0.10	0.11	0.13	0.15	0.17	0.30	filles	
0.33	0.28	0.34	0.31	0.30	0.50	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
						Fourrures	4
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
						de chambres d'enfants	
0.44	0.41	0.37	0.32	0.34	0.61	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.28	0.29	0.35	0.30	0.35	0.79	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.31	0.29	0.34	0.27	0.25	0.38	Sous-vêtements	8
0.70	0.80	1.22	1.16	1.12	1.27	Chapeaux	9
0.27	0.29	0.44	0.45	0.40	0.66	Bas pour dames et fillettes	10
0.25	0.24	0.38	0.32	0.35	0.74	Gants, moufles et articles de parure pour	11
0.21	0.24	0.32	0.29	0.26	0.33	dames et fillettes	
0.17	0.18	0.23	0.22	0.24	0.37	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
0.22	0.20	0.25	0.23	0.31	0.73	enfants	
0.41	0.33	0.29	0.24	0.26	0.55	Vêtements pour hommes	13
						Articles d'habillement pour hommes	14
						Vêtements et articles d'habillement pour	15
						garçons	
0.17	0.17	0.23	0.20	0.19	0.29	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.82	1.90	1.81	1.73	1.67	2.26	Produits alimentaires et connexes	17
0.25	0.27	0.29	0.25	0.24	0.56	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
						caments	
0.24	0.27	0.25	0.21	0.25	0.61	Appareils et fournitures photographiques	19
0.15	0.15	0.20	0.20	0.19	0.15	Tissus à la pièce	20
0.26	0.22	0.26	0.22	0.19	0.32	Literie et linge de maison	21
0.18	0.17	0.26	0.26	0.24	0.31	Menus articles	22
0.10	0.12	0.14	0.13	0.19	0.35	Porcelaine et verrerie	23
0.18	0.18	0.21	0.24	0.22	0.20	Revêtements de plancher	24
0.21	0.20	0.23	0.22	0.20	0.23	Tentures, rideaux et housses	25
0.14	0.16	0.18	0.17	0.22	0.41	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
0.19	0.18	0.22	0.20	0.18	0.19	d'ameublement pour la maison	
0.53	0.53	0.59	0.55	0.44	0.52	Meubles	27
0.24	0.25	0.29	0.27	0.30	0.50	Gros appareils ménagers	28
0.22	0.22	0.22	0.23	0.26	0.52	Télévision, radio et musique	29
						Articles de ménage et petits appareils élec-	30
						triques	
0.17	0.17	0.18	0.19	0.17	0.28	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
0.26	0.28	0.31	0.33	0.27	0.28	etc.	
0.14	0.15	0.21	0.16	0.23	0.54	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
0.14	0.16	0.13	0.18	0.38	0.92	truction	
0.19	0.19	0.18	0.15	0.17	0.39	Bijouterie	33
						Jouets et jeux	34
						Articles de sport et valises	35
0.28	0.29	0.30	0.23	0.30	0.69	Papeterie, livres et revues	36
0.33	0.36	0.36	0.44	0.39	0.45	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
29.55	16.74	16.56	15.44	15.92	22.66	réparation et fournitures	
1.22	0.98	1.21	1.34	1.52	1.87	Repas et casse-croûtes	38
0.40	0.33	0.33	0.35	0.30	0.60	Services et travaux de réparation	39
						Tous autres rayons	40
2.62	0.26	0.29	0.27	0.29	0.49	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted, Canada, 1980-1982

TABEAU 28. Montants à recevoir(1), non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982

Month	1980	1981	1982	Change from previous month	Change 1982/1981
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1982/1981
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,510,848	1,554,350	1,624,889	- 9.1	+ 4.5
February - Février	1,453,884	1,488,706	1,554,529	- 4.3	+ 4.4
March - Mars	1,388,475	1,476,287	1,537,740	- 1.1	+ 4.2
April - Avril	1,397,066	1,483,717	1,536,243	- 0.1	+ 3.5
May - Mai	1,381,243	1,493,281	1,527,443	- 0.6	+ 2.3
June - Juin	1,359,373	1,501,535	1,505,203	- 1.5	+ 0.2
July - Juillet	1,341,270	1,523,351	1,477,266 ^r	- 1.9	- 3.0
August - Août	1,346,822	1,512,048	1,476,402	- 0.1	- 2.4
September - Septembre	1,401,404	1,537,138			
October - Octobre	1,434,563	1,550,904			
November - Novembre	1,490,778	1,622,633			
December - Décembre	1,658,191	1,788,145			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982

TABEAU 29. Montants à recevoir(1), désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982

Month	1980	1981	1982	Change from previous month	Change 1982/1981
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1982/1981
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,420.3	1,470.0	1,538.0	- 1.6	+ 4.6
February - Février	1,438.8	1,480.0	1,532.2	- 0.4	+ 3.5
March - Mars	1,408.9	1,499.0	1,563.1	+ 2.0	+ 4.3
April - Avril	1,424.7	1,515.0	1,573.7	+ 0.7	+ 3.9
May - Mai	1,417.5	1,537.0	1,569.7	- 0.3	+ 2.1
June - Juin	1,420.8	1,563.0	1,568.9	- 0.1	+ 0.4
July - Juillet	1,425.6	1,615.0	1,566.6 ^r	- 0.1 ^r	- 3.0
August - Août	1,430.0	1,595.0	1,557.7	- 0.6	- 2.3
September - Septembre	1,440.8	1,581.0			
October - Octobre	1,442.6	1,565.0			
November - Novembre	1,441.4	1,570.0			
December - Décembre	1,448.9	1,563.0			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Department Store Sales and
Stocks, MCD, Seasonal
and Trading Day Factors

Ventes et stocks des grands
magasins MDC et coefficients de
corrections des variations
saisonnnières et des jours
commerciaux

TABLE 30. Department Store Sales, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1982 and 1983

No.	Department	1982						
		MCD	March	April	May	June	July	August
		MDC	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	86.83	110.01	128.82	115.40	98.71	91.77
2	Women's and misses' coats and suits	6	103.83	98.45	53.75	41.36	47.82	105.31
3	Women's and misses' sportswear	3	88.53	99.35	107.84	98.52	90.23	96.08
4	Furs	12	67.11	26.19	18.47	17.20	47.90	91.86
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	85.38	101.02	91.01	87.87	91.36	104.29
6	Girls' and teenage girls' wear	4	91.29	100.97	90.84	87.19	82.53	139.25
7	Lingerie and women's sleepwear	3	73.67	84.09	96.04	88.99	91.88	72.45
8	Intimate apparel	4	93.23	107.40	106.68	112.14	103.39	95.30
9	Millinery	12	57.58	73.52	63.94	60.82	62.19	60.53
10	Women's and girls' hosiery	3	92.17	106.67	97.57	84.53	72.78	81.11
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	77.06	86.97	89.53	82.70	69.94	74.52
12	Women's, misses' and children's footwear	6	90.00	109.69	104.36	95.02	78.24	97.90
13	Men's clothing	4	92.79	92.57	86.66	95.80	72.81	81.88
14	Men's furnishings	5	69.39	78.14	78.57	103.77	77.70	72.97
15	Boys' clothing and furnishings	6	84.89	98.19	85.90	79.36	78.95	138.31
16	Men's and boys' footwear	5	85.36	111.00	98.91	103.21	85.19	91.11
17	Food and kindred products	7	93.42	106.15	102.06	88.64	89.54	99.67
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	84.09	91.02	91.00	87.50	89.74	85.29
19	Photographic equipment and supplies	4	72.92	81.65	84.71	98.57	103.16	96.08
20	Piece goods	5	109.03	107.95	104.36	91.00	77.75	90.03
21	Linens and domestics	3	77.07	84.43	89.52	93.71	111.85	95.69
22	Smallwares and notions	4	91.75	93.39	77.68	76.88	84.82	83.84
23	China and glassware	4	73.31	77.63	87.93	84.33	83.31	76.93
24	Floor coverings	5	98.16	98.84	100.15	95.78	102.81	91.04
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	92.69	107.71	101.49	105.86	112.96	93.62
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	83.01	87.59	82.20	80.27	88.88	83.16
27	Furniture	4	94.45	91.17	105.50	100.66	122.83	96.66
28	Major appliances	5	89.95	90.03	101.35	101.15	122.44	101.32
29	Television, radio and music	4	85.20	77.82	75.03	72.82	86.17	87.75
30	Housewares and small electrical appliances	3	75.48	86.01	96.50	89.54	98.55	88.09
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4	79.73	106.64	121.03	112.69	100.89	89.25
32	Plumbing, heating and building materials	7	85.08	111.89	120.16	126.52	110.00	94.72
33	Jewellery	3	69.88	80.23	87.84	84.76	76.37	73.84
34	Toys and games	4	49.44	66.82	60.34	57.13	66.15	57.84
35	Sporting goods and luggage	3	70.99	102.38	113.79	120.15	115.12	84.01
36	Stationery, books and magazines	4	75.61	79.20	81.52	80.97	75.68	103.1
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	86.03	106.75	97.40	101.78	101.19	91.6
38	Meals and lunches	3	95.51	95.34	94.92	96.64	98.83	98.2
39	Repairs and services	7	92.90	91.50	92.77	100.34	91.76	89.3
40	All other departments	4	84.56	114.27	134.63	110.37	101.48	88.1
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	84.43	93.93	95.37	93.70	91.90	91.2

TABLEAU 30. Ventes des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1982 et 1983

1982		1983				Rayon	N°
September	October	November	December	January	February		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février		
102.23	95.41	105.80	142.27	56.53	65.80	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
131.00	163.41	149.76	159.25	72.75	68.40	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
124.99	103.27	116.94	151.12	58.72	63.76	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
103.49	127.36	172.25	245.52	169.10	116.20	Fourrures	4
111.10	113.19	116.66	161.72	67.80	67.55	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
117.06	98.74	120.71	159.57	50.35	61.21	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
92.29	91.96	141.57	259.37	53.38	58.54	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
105.10	89.96	98.17	141.17	76.05	70.02	Sous-vêtements	8
91.00	141.75	202.05	256.36	79.41	55.47	Chapeaux	9
115.89	112.55	117.83	165.37	80.51	72.52	Bas pour dames et fillettes	10
106.35	104.55	149.28	245.83	57.41	57.34	Gants, moufles et articles de perure pour dames et fillettes	11
126.98	121.15	124.33	136.25	59.65	55.15	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
110.93	110.20	143.18	191.80	63.06	59.12	Vêtements pour hommes	13
93.20	94.59	151.55	269.67	57.18	54.24	Articles d'habillement pour hommes	14
107.17	100.88	120.69	198.55	53.57	53.93	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
113.50	110.09	122.42	160.69	60.55	58.37	Chaussures pour hommes et garçons	16
88.19	95.06	117.44	142.20	82.08	97.09	Produits alimentaires et connexes	17
89.68	93.59	114.19	224.08	75.50	75.10	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
92.89	87.22	114.47	241.33	69.31	59.14	Appareils et fournitures photographiques	19
116.23	117.64	117.79	96.86	83.93	85.61	Tissus à la pièce	20
112.17	100.26	108.72	164.14	101.01	61.84	Literie et linge de maison	21
117.31	114.10	118.97	150.20	105.59	84.66	Menus articles	22
96.62	83.10	139.69	273.96	65.75	59.59	Porcelaine et verrerie	23
104.82	118.30	122.66	105.36	80.48	82.08	Revêtements de plancher	24
105.31	107.69	111.15	118.67	74.32	67.99	Tentures, rideaux et housses	25
99.71	96.49	137.56	222.19	74.01	66.09	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
106.94	99.15	102.82	100.25	104.55	74.63	Meubles	27
110.97	105.24	100.59	112.18	94.64	70.27	Gros appareils ménagers	28
111.39	104.45	130.92	212.18	87.02	69.99	Télévision, radio et musique	29
93.14	89.86	123.18	223.38	67.32	71.11	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
96.92	107.06	105.55	142.46	70.71	67.01	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
100.05	112.13	98.78	100.63	67.44	69.59	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
99.87	80.88	139.35	311.73	46.83	52.35	Bijouterie	33
60.09	100.24	231.65	383.77	34.02	37.83	Jouets et jeux	34
83.44	79.40	109.20	194.64	72.58	56.73	Articles de sport et valises	35
97.65	87.32	126.37	241.57	75.00	68.82	Papeterie, livres et revues	36
90.76	119.96	124.13	137.57	73.07	68.10	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
97.16	100.49	111.65	146.87	84.22	79.92	Repas et casse-croûtes	38
98.75	110.93	136.45	132.29	83.97	78.66	Services et travaux de réparation	39
82.55	90.61	96.46	161.17	68.14	67.59	Tous autres rayons	40
01.89	101.31	123.87	182.98	72.42	67.48	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

TABLE 31. Department Store Stocks, MCD and Seasonal Factors, 1982 and 1983

No.	Department	1982						
		MCD	March	April	May	June	July	August
		MDC	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4	106.88	120.38	111.23	85.62	91.70	87.62
2	Women's and misses' coats and suits	4	85.51	78.45	66.95	68.32	126.89	132.10
3	Women's and misses' sportswear	3	103.59	118.58	114.51	93.12	101.61	99.34
4	Furs	5	78.68	85.55	86.78	82.52	93.18	109.49
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	4	88.94	109.33	103.09	90.24	122.61	105.60
6	Girls' and teenage girls' wear	3	94.26	109.34	107.73	89.61	122.76	110.24
7	Lingerie and women's sleepwear	4	94.60	111.97	109.79	90.32	93.94	100.43
8	Intimate apparel	3	94.93	101.43	107.26	91.55	97.47	99.69
9	Millinery	***	***	***	***	***	***	***
10	Women's and girls' hosiery	4	97.26	107.71	108.86	93.49	102.01	112.52
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	3	94.91	107.60	103.71	87.34	94.83	96.11
12	Women's, misses' and children's footwear	3	101.74	112.77	107.63	96.95	105.48	109.53
13	Men's clothing	3	93.88	101.36	101.78	81.92	96.30	116.13
14	Men's furnishings	4	92.75	107.76	108.80	88.86	100.13	102.18
15	Boys' clothing and furnishings	4	88.38	102.11	95.76	89.12	122.87	98.47
16	Men's and boys' footwear	4	100.32	112.00	112.48	94.76	102.09	104.18
17	Food and kindred products	***	***	***	***	***	***	***
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	90.73	105.78	104.61	92.52	96.78	89.14
19	Photographic equipment and supplies	4	85.96	102.69	104.38	86.47	97.10	93.04
20	Piece goods	4	100.43	106.76	104.24	96.64	101.31	102.53
21	Linens and domestics	3	97.85	109.68	112.50	102.78	97.69	93.42
22	Smallwares and notions	4	91.93	109.00	114.31	106.84	110.72	102.60
23	China and glassware	3	94.56	101.78	104.80	95.79	98.87	99.14
24	Floor coverings	3	95.85	102.52	104.51	103.14	101.85	101.86
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	97.99	107.54	108.90	97.38	101.70	96.76
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	95.90	101.70	110.58	99.97	102.59	104.11
27	Furniture	3	100.61	110.49	111.01	102.24	99.16	94.15
28	Major appliances	4	103.80	108.03	104.36	95.56	95.17	88.57
29	Television, radio and music	3	97.55	106.67	103.90	96.79	94.74	94.26
30	Housewares and small electrical appliances	3	97.78	109.84	108.35	98.41	99.49	97.67
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	***	***	***	***	***	***	***
32	Plumbing, heating and building materials	***	***	***	***	***	***	***
33	Jewellery	3	96.88	107.30	106.63	93.31	95.67	97.21
34	Toys and games	4	81.93	95.61	91.31	80.77	86.97	106.79
35	Sporting goods and luggage	4	93.88	114.43	116.58	96.89	98.32	96.87
36	Stationery, books and magazines	4	86.97	100.25	107.35	96.00	105.67	106.11
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	***	***	***	***	***	***	***
38	Meals and lunches	***	***	***	***	***	***	***
39	Repairs and services	***	***	***	***	***	***	***
40	All other departments	***	***	***	***	***	***	***
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2	95.32	106.17	106.47	93.57	101.35	100.34

TABLEAU 31. Stocks des grands magasins, MDC et coefficients de corrections des variations saisonnières, 1982 et 1983

1982		1983				Rayon	N°
September	October	November	December	January	February		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février		
84.23	117.96	115.58	90.13	89.88	98.82	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
133.55	152.38	122.79	77.03	70.87	84.64	formes pour dames et jeunes filles	2
86.67	113.07	114.13	79.62	82.92	92.89	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	3
115.63	131.27	123.74	107.59	97.80	87.88	filles	4
94.99	118.41	108.37	89.28	83.33	85.99	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	5
						Fourrures	4
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
						de chambres d'enfants	
98.51	119.47	113.67	72.03	73.90	88.55	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
92.09	133.47	134.34	77.53	78.28	83.08	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
83.29	108.22	118.66	100.71	100.95	95.88	Sous-vêtements	8
...	Chapeaux	9
92.58	108.94	107.81	86.05	90.53	92.43	Bas pour dames et fillettes	10
89.34	132.55	134.65	83.38	84.91	90.86	Gants, moufles et articles de parure pour	11
92.79	110.72	99.15	90.35	82.01	90.73	dames et fillettes	12
99.15	128.29	121.95	91.17	76.06	91.85	Chaussures pour dames, jeunes filles et	13
98.50	132.80	120.80	75.40	83.82	88.21	enfants	14
97.75	130.80	111.05	80.75	86.36	96.76	Vêtements pour hommes	15
						Articles d'habillement pour hommes	
						Vêtements et articles d'habillement pour	
						garçons	
92.20	121.50	106.46	88.13	80.87	84.98	Chaussures pour hommes et garçons	16
...	Produits alimentaires et connexes	17
86.74	125.97	132.39	89.39	101.00	84.98	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
						caments	
86.28	134.73	132.50	88.30	98.95	89.42	Appareils et fournitures photographiques	19
90.59	108.45	101.41	98.57	90.17	98.98	Tissus à la pièce	20
82.16	106.33	109.00	99.91	90.77	97.77	Literie et linge de maison	21
89.71	102.91	95.46	101.27	88.65	86.46	Menus articles	22
91.20	110.44	117.80	107.64	88.85	89.23	Porcelaine et verrerie	23
87.59	103.62	96.28	108.63	99.34	94.57	Revêtements de plancher	24
85.35	105.98	101.05	102.31	95.58	99.35	Tentures, rideaux et housses	25
91.52	120.75	112.05	82.76	87.98	89.86	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
82.82	98.91	99.38	110.09	94.73	96.45	d'ameublement pour la maison	27
79.99	103.37	108.60	109.15	98.55	104.39	Meubles	28
86.24	110.98	119.24	103.96	94.56	91.05	Gros appareils ménagers	29
90.71	113.46	115.09	86.98	91.49	90.44	Télévision, radio et musique	30
						Articles de ménage et petits appareils élec-	
						triques	
...	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
...	etc.	
86.57	118.05	124.57	90.49	89.95	93.58	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
124.87	176.47	134.89	55.78	85.08	79.85	truction	33
96.56	130.58	112.81	85.51	74.43	83.24	Bijouterie	34
						Jouets et jeux	35
						Articles de sport et valises	
96.24	124.99	123.82	79.68	89.16	83.78	Papeterie, livres et revues	36
...	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
...	réparation et fournitures	
...	Repas et casse-croûtes	38
...	Services et travaux de réparation	39
92.06	118.52	114.38	92.35	88.70	90.82	Tous autres rayons	40
						TOTAL, TOUS RAYONS	41

LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

MAJOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS TRADITIONNELS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland
Bowring Bros. Ltd., 281 Water St., St. John's, Newfoundland
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., 4910-50th St., Lloydminster, Saskatchewan
Ogilvy, Charles, Ltd., 126 Rideau St., Ottawa, Ontario
Ogilvy's, James A., Ltd., Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario
Robinson, The G.W., Co. Ltd., 18 James St., Hamilton, Ontario
Simpsons Ltd., 401 Bay St., Toronto, Ontario
Simpson Sears Ltd., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
Smith & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario
Woodward Stores (Alta.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia
Woodward Stores (B.C.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

JUNIOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS POPULAIRES

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
Sentry Dep't. Stores Ltd., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario
Steinberg Inc., Miracle Mart Division, 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario
Zeller's Ltd., 5250 Decarie Blvd., Montréal, Québec

SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Merchandising and Services Division in the Retail Trade sector.

Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil. 36 pp. First Issue, 1938. (ISSN 0380-7045).

Total sales and number of outlets, by province and selected metropolitan area, and sales and inventories by department, Canada.

- 63-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil. 1 pp. First Issue, 1950. (ISSN 0709-8650).

Total sales and percentage changes of sales, by region.

- 63-005 Retail Trade. Monthly. Bil. Approx. 65 pp. First Issue, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total retail sales by province and kind of business, for chain and independent stores; seasonally adjusted sales, Canada.

- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil. Approx. 15 pp. First Issue, 1932. (ISSN 0705-5595).

Number and value of new passenger cars, trucks and buses sold by province and by origin (Canada and U.S. or imported). Monthly unit sales, by type and origin, seasonally adjusted.

- 63-014 Merchandising Inventories. M. Bil. 24 pp. First Issue, 1972. (ISSN 0380-7177).

Inventories and stocks/sales ratios, by type of trade for wholesale, by department for department stores, by kind of business for chain stores and independent stores; quarterly percentage changes for independent stores by kind of business.

- 63-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil. Approx. 74 pp. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total retail sales by chain and department stores including data on floor area, inventory and accounts receivable.

CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division du commerce et des services.

Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil. 36 pages. Premier numéro, 1938. (ISSN 0380-7045).

Ventes totales et nombre de points de ventes par provinces et certaines régions métropolitaines, ventes et stocks par rayon, Canada.

- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil. 1 page. Premier numéro, 1950. (ISSN 0709-8650).

Variations en pourcentage et ventes par région.

- 63-005 Commerce de détail. Mensuel. Bilingue. Environ 65 pages. Premier numéro, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total des ventes au détail par province et genre de commerce, pour les magasins à succursales et les magasins indépendants; chiffres désaisonnalisés, Canada.

- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil. Environ 15 pages. Premier numéro, 1932. (ISSN 0705-5595).

Nombre et valeur des voitures particulières, des camions et des autobus neufs vendus par province et par lieu d'origine (Canada et É.-U. ou importés). Ventes unitaires mensuelles selon le type et l'origine, après désaisonnalisation.

- 63-014 Stocks commerciaux. M. Bil. 24 pages. Premier numéro, 1972. (ISSN 0380-7177).

Stocks et rapports stocks/ventes, par genre de commerce pour le commerce de gros, par rayon pour les grands magasins et par genre de commerce pour les magasins à succursales et magasins indépendants; variations trimestrielles en pourcentage pour les magasins indépendants suivant le genre de commerce.

- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil. Environ 74 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total des ventes au détail pour les magasins à succursales et les grands magasins, incluant des données sur la superficie total, des stocks, et comptes à recevoir.

Catalogue

- 63-213 Vending Machine Operators. A. Bil. 21 pp. First Issue, 1958. (ISSN 0527-6411).

Sales of merchandise through automatic vending machines, by type of machine and location, Canada and provinces.

- 63-218 Direct Selling Canada. A. Bil. 14 pp. First Issue, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Sales of various commodities by method of distribution; door-to-door, mail order, etc.

- 63-219 Campus Book Stores, A. Bil. Approx. 8 pp. First Issue, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Retail sales by commodities, employees and payroll, by regions, provinces and Canada, for academic years.

- 63-224 Market Research Handbook. A. Bil. 700 pp. First Issue, 1975. (ISSN 0590-9325).

The data cover such topics as general economic indicators, population characteristics, personal income and expenditure and household facilities.

- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil. 695 pp. (ISBN 0-660-506-13-0). The publication provides revised retail trade estimates for the years 1972 to 1979, both unadjusted and seasonally adjusted and also sections on definitions, concepts, classifications, methodology and data reliability.

Operating Results - Retail Trades. O. Bil. 29 pp. First Issue, 1974.

Reports in the Operating Results series contain ratios (percentages of net sales) for: purchases, inventories, cost of goods sold, gross profit, operating expense items and net profit.

Catalogue

- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A. Bil. 21 pages. Premier numéro, 1958. (ISSN 0527-6411).

Ventes de marchandise selon le genre de machine et l'emplacement, Canada et provinces.

- 63-218 La vente directe au Canada. A. Bil. 14 pages. Premier numéro, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Ventes de divers produits, par mode de distribution: démarchage, poste, etc.

- 63-219 Librairies de campus. A. Bil. Environ 8 pages. Premier numéro, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Ventes au détail par article, ainsi que nombre d'employés et la paye, par région, par province et au Canada par année scolaire.

- 63-224 Manuel statistique pour études de marché. A. Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975. (ISSN 0590-9325).

Les données portent sur des sujets tels que les indicateurs économiques généraux, les caractéristiques de la population, le revenu et les dépenses des particuliers et l'équipement ménager.

- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H. Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0). Cette publication contient des données brutes et désaisonnalisées, révisées de 1972 à 1979, des sections sur les définitions, les concepts de classement, la méthodologie ainsi que des renseignements sur la fiabilité des données.

Résultats d'exploitation - Commerce de détail. H. Bil. 29 pages. Premier numéro 1974.

Les bulletins de la série des Résultats d'exploitation contiennent des ratios (pourcentages des ventes nettes) pour le achats, les stocks, le coût des biens vendus, les bénéfices bruts, les dépenses d'exploitation et les bénéfices nets.

Catalogue

The following reports on Operating Results are available.

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1979
- 63-604 Independent Women's Retail Clothing Stores, 1975
- 63-605 Independent Retail Hardware Stores, 1976
- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977
- 63-607 Retail Drug Stores, 1978
- 63-608 Retail Florists, 1979
- 63-609 Independent Retail Jewellery Stores, 1978
- 63-610 Retail Hardware Stores, 1980
- 63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980
- 63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

. - Monthly A.- Annual Bil.- Bilingual
.- Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available free on request from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue

Les publications suivantes sur les résultats d'exploitation sont maintenant disponibles.

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1979
- 63-604 Magasins indépendants de vente au détail de vêtements pour dames, 1975
- 63-605 Magasins indépendants de vente au détail de quincaillerie, 1976
- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977
- 63-607 Pharmacies au détail, 1978
- 63-608 Magasins de fleuristes, vente au détail, 1979
- 63-609 Magasins indépendants de vente au détail de bijouterie, 1978
- 63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980
- 63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980
- 63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980

M. - Mensuel A.- Annuel Bil.- Bilingue
H.- Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et social du Canada. On peut se procurer gratuitement un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Department store sales and stocks

September 1982

Ventes et stocks des grands magasins

Septembre 1982



Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Merchandising and Services Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V4 (Telephone: 996-9304) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Winnipeg (949-4020)
Halifax (426-5331)	Regina (359-5405)
Montréal (283-5725)	Edmonton (420-3027)
Ottawa (992-4734)	Vancouver (666-3691)
Toronto (966-6586)	

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zénith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by Northwest Telephone Co.)	Zénith 0-8913
Northwest Territories (area served by Northwest Telephone Co.)	Zénith 2-2015

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Division du commerce et des services,
Section de commerce détail,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V4 (téléphone: 996-9304) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Winnipeg (949-4020)
Halifax (426-5331)	Regina (359-5405)
Montréal (283-5725)	Edmonton (420-3027)
Ottawa (992-4734)	Vancouver (666-3691)
Toronto (966-6586)	

Un service de communication sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-70
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-71
Québec	1-800-361-28
Ontario	1-800-268-11
Manitoba	1-800-282-80
Saskatchewan	1(112)800-667-35
Alberta	1-800-222-64
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la Northwest Telephone Co.)	Zénith 0-8
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la Northwest Telephone Co.)	Zénith 2-2

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section ventes et de la distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Statistics Canada
Merchandising and Services Division
Retail Trade Section

Statistique Canada
Division du commerce et des services
Section du commerce de détail

Department store sales and stocks

September 1982

Ventes et stocks des grands magasins

Septembre 1982

Published under the authority of
the Minister of Supply and
Services Canada

Statistics Canada should be credited when
reproducing or quoting any part of this document

Minister of Supply
and Services Canada 1982

December 1982
5-3406-503

Price: Canada, \$3.00, \$30.00 a year
Other Countries, \$3.60, \$36.00 a year

Catalogue 63-002, Vol. 47, No. 9

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

Reproduction ou citation autorisée sous réserve
d'indication de la source: Statistique Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1982

Décembre 1982
5-3406-503

Prix: Canada, \$3.00, \$30.00 par année
Autres pays, \$3.60, \$36.00 par année

Catalogue 63-002, vol. 47, n° 9

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or, in this publication less than half unit expressed.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM staff, Current Economic Analysis Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-995-7406), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou, dans la présente publication, inférieur à la moitié de l'unité exprimée.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel CANSIM, Division de l'analyse de conjoncture, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-995-7406), ou aux conseillers régionaux ou bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	vii
Definitions	viii
Methodology	ix
Data Reliability	x
Non-sampling Errors	x
Non-sampling Error Measures	xi
Seasonal Adjustment	xiii
Explanatory Notes	xiv

Charts

1. Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982	xvii
2. Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982	xvii
3. Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1980-1982	xviii
4. Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1980-1982	xix
5. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1980-1982	xix
6. Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization	xx

Highlights	xxi
-------------------	-----

Table

1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982	2
---	---

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	vii
Définitions	viii
Méthodologie	ix
Fiabilité des données	x
Erreurs non liées à l'échantillonnage	x
Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage	xi
Désaisonnalisation	xiii
Notes explicatives	xiv

Graphiques

1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1980-1982	xvii
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1980-1982	xvii
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail Total, par mois, Canada, 1980-1982	xviii
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1980-1982	xix
5. Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982	xix
6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisation	xx

Points saillants	xxi
-------------------------	-----

Tableau

1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	2
---	---

TABLE OF CONTENTS - Continued

Page

Table

2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982	4
3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982	6
4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	6
5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982	8
6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	8
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982	10
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	10
9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982	12
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	12
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982	14
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	14
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982	16
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	16
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982	18
16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982	19
17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	19

TABLES DES MATIÈRES - suite

Page

Tableau

2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1981 et 1982	4
3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1981 et 1982	6
4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	6
5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982	8
6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	8
7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982	10
8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	10
9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1981 et 1982	12
10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	12
11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982	14
12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	14
13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982	16
14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	16
15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	18
16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1981 et 1982	19
17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	19

TABLE OF CONTENTS - Continued

	Page
Table	
18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982	20
9. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	20
0. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982	21
1. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	21
2. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981 and 1982	22
3. Department Store Monthly Sales as a Percentage of Total Retail Trade, by Province, 1981 and 1982	23
4. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1981 and 1982	24
5. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982	26
6. Department Store Monthly Stock-Sales Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982	28
7. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, 1981 and 1982	30
8. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1980-1982	32
9. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982	32
0. Department Store Sales, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1982 and 1983	34
1. Department Store Stocks, MCD and Seasonal Factors, 1982 and 1983	36
2. List of Department Store Organizations	38
3. Selected Publications	39

TABLES DES MATIÈRES - suite

	Page
Tableau	
18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982	20
19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	20
20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982	21
21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	21
22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981 et 1982	22
23. Proportions procentuelles mensuelles des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province, 1981 et 1982	23
24. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	24
25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1981 et 1982	26
26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	28
27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	30
28. Montants à recevoir, non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982	32
29. Montants à recevoir, désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982	32
30. Ventes des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1982 et 1983	34
31. Stocks des grands magasins, MDC et coefficients de corrections des variations saisonnières, 1982 et 1983	36
Liste des organisations de grands magasins	38
Choix de publications	39

INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services. A "List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Merchandising and Services Division, to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments", however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a total entity; that is, it competes in the market place as one structure, rather than as a number of smaller stores.

INTRODUCTION

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division du commerce et des services. (Bien que le recensement mesure également les activités des "établissements", cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

Definitions

Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics. It must sell the following general lines of merchandise:

Family clothing and apparel. This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least six of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

Furniture, appliance and home furnishings. This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least four of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

All other (miscellaneous). This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, such as: toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at

Définitions

Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada, un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et des services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes:

Vêtements pour la famille. Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; articles d'habillement pour hommes; vêtements et articles d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins six des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou articles d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20% des ventes globales du magasin doivent se faire dans le groupe de vêtements pour la famille.

Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager. Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine et verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de séjour, salle à manger ou chambre à coucher; gros appareils, télévision, radio et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins quatre des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être des meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10 % des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

Tous autres articles (divers). Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus, telles que: articles de toilette, cosmétiques, médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus articles; bijouterie; articles de sport et valise; papeterie, livres et revues; et aliment

least **three** different commodity lines with not one of these lines representing more than 50% of the **total** store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

Total net sales and receipts are defined as the total sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

Stocks are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or as at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

Accounts receivable are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

Junior Department Stores are defined as retailing entities which sell the same wide range of goods (see department store definition) that are sold in the more traditional (major) department stores and are popularly described as discount operations.

Methodology

The **monthly sales values**, published at the Canada, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The **monthly sales values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdown of sales. The percentage

Nota: Le magasin doit tenir au moins **trois** des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50% des ventes **globales** du magasin. Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

Les **ventes et recettes nettes totales** sont définies comme le total des ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

Les **stocks** englobent la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

Par **comptes à recevoir** on entend les comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dus en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

Les **grands magasins populaires** sont définis comme étant des points de ventes au détail qui offre la même vaste gamme d'articles (voir la définition d'un grand magasin) que les grands magasins traditionnels et qui sont généralement considérés comme des magasins à prix réduits.

Méthodologie

Le **chiffre des ventes mensuelles**, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des sociétés de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100%, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le **chiffre des ventes mensuelles par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes. La répartition en pourcentage des ventes

distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada sales total in order to provide an estimate of sales by department at the Canada level.

The monthly stock values by department, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sales ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The monthly accounts receivable values, published at the Canada level, are based on a panel of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

Data Reliability

Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

Data response error. This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

par rayon obtenues auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des ventes totales pour le pays afin d'établir une estimation des ventes par rayon pour l'ensemble du Canada.

Le chiffre des stocks mensuels par rayon publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le chiffre des comptes à recevoir mensuel pour l'ensemble du pays provient des sociétés de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtés retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.

Fiabilité des données

Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ couvert par l'enquête. L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou aux variations, d'un interviewer à l'autre et selon le mode de communication retenu, dans l'explication des questions et dans l'interprétation des réponses.

Non-response error. Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

Processing error. These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error. Two response measures are derived, namely, the **response rate**, which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data.

The units used in the Department Store Sales and Stocks Survey for derivation of the response rate is based on (1) the survey unit - the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations and (2) the organizational unit - the department store firm (company) themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in Ontario would be considered as one survey

La non-réponse. Certains enquêtés refusent de répondre, d'autres en sont incapables et d'autres encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, si elles existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

Le traitement. L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. S'agissant des estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreur. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) les unités d'enquête - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) les unités organisationnelles - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'en-

unit and one organizational unit while a firm reporting for five stores in Vancouver, 10 in British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as three survey units but only one organizational unit.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example, a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

quête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins. Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités organisationnelles dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités représentent \$8 millions sur l'estimation publiée de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation dans un tel cas, il faudrait tenir compte de deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1982
September

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1982
Septembre

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	97.3	88.0	99.7
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	56.0	90.1
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	40.0	67.7
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	93.8	99.9

Seasonal Adjustment

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time."(1) In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal variations and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method(2) to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of raw data onto the end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program is primarily the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these operations have been repeated several times.(3)

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be due to irregular movements; to get a better

"A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," **Canada Statistical Review**, August 1974.

For further information see the **X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method**, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.
See next page.

Désaisonnalisation

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps"(1). L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles; la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI(2) afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolation prospective et retrospective réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressif à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises(3).

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent être de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure

- (1) La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la **Revue statistique du Canada**, Août 1974.
- (2) Pour plus ample information voir **La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI**, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, no. 12-564F au catalogue, hors série.
- (3) Voir page suivante.

idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.⁽³⁾ The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Constant Dollar Estimate

To obtain constant dollar estimates of total department store sales (Text Table II), estimates of sales by department group are deflated using department group implicit price indices supplied by the Industry Product Division of Statistics Canada. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The published price index is an implicit index calculated by dividing the total current dollar sales estimate by the total constant dollar sales estimate.

Explanatory Notes

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

⁽³⁾ See Tables 30 and 31.

idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, ils disposent des mois à dominance cyclique, ou MDC.⁽³⁾ Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieure à l'unité; autrement dit, c'est la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable et indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées dont la période est égale au MDC tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Estimations en dollars constants

Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants (tableau explicatif II), les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées au moyen de indices implicites de prix appropriés fournis par la Division du produit industriel de Statistique Canada. Les estimations de ces groupes de rayons ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'indice des prix qui est publié est un indice implicite obtenu en divisant le chiffre estimatif des ventes totales en dollars courants par l'estimation correspondante en dollars constants.

Notes explicatives

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication est fondée sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elle tient compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elle ne se limite pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

⁽³⁾ Voir les tableaux 30 et 31.

TEXT TABLE II. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1980-1982

TABLEAU EXPLICATIF II. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1980-1982

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year per cent change	Constant 1971 dollars unadjusted	Year/year per cent change
Période	Indice des prix	Dollars courants non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1971 non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année
		'000	%	'000	%
1980:					
January - Janvier	168.3	562,328	+ 16.2	334,122	+ 6.3
February - Février	172.4	521,533	+ 15.9	302,513	+ 5.6
March - Mars	174.0	618,539	+ 1.1	355,482	- 8.4
April - Avril	176.3	684,365	+ 12.5	388,182	+ 1.9
May - Mai	178.7	767,974	+ 11.9	429,756	+ 0.9
June - Juin	179.2	692,120	+ 2.0	386,228	- 7.9
July - Juillet	178.1	709,231	+ 14.1	398,221	+ 3.2
August - Août	180.0	731,863	+ 3.7	406,591	- 6.3
September - Septembre	181.0	805,650	+ 11.4	445,110	+ 1.1
October - Octobre	181.9	824,123	+ 11.2	453,064	+ 1.5
November - Novembre	184.3	990,566	+ 7.6	537,475	- 2.0
December - Décembre	184.1	1,458,479	+ 12.1	792,221	+ 2.3
Year - Année	179.1	9,366,771	+ 9.8	5,228,965	- 0.9
1981:					
January - Janvier	185.2	643,821	+ 14.5	347,636	+ 4.0
February - Février	189.3	568,767	+ 9.1	300,458	- 0.7
March - Mars	190.0	688,718	+ 11.3	362,483	+ 2.0
April - Avril	192.1	793,595	+ 16.0	413,116	+ 6.4
May - Mai	193.5	822,881	+ 7.1	425,261	- 1.0
June - Juin	193.3	835,934	+ 20.8	432,454	+ 12.0
July - Juillet	193.2	757,743	+ 6.8	392,207	- 1.5
August - Août	195.2	786,492	+ 7.5	402,915	- 0.9
September - Septembre	195.7	848,390	+ 5.3	433,516	- 2.6
October - Octobre	198.1	892,549	+ 8.3	450,555	- 0.6
November - Novembre	199.0	1,036,498	+ 4.6	520,853	- 3.1
December - Décembre	198.1	1,542,685	+ 5.8	778,741	- 1.7
Year - Année	194.3	10,218,073	+ 9.1	5,260,195	+ 0.6
1982:					
January - Janvier	198.6	600,079	- 6.8	302,155	- 13.1
February - Février	204.8	577,906	+ 1.6	282,181	- 6.1
March - Mars	204.1	694,447	+ 0.8	340,248	- 6.1
April - Avril	206.4	791,728	- 0.2	383,589	- 7.1
May - Mai	208.5	811,119	- 1.4	389,025	- 8.5
June - Juin	207.4	790,742	- 5.4	381,264	- 11.8
July - Juillet	205.7	763,975	+ 0.8	371,402	- 5.3
August - Août	206.8	775,460	- 1.4	374,981	- 6.9
September - Septembre	..	859,926	+ 1.4
October - Octobre					
November - Novembre					
December - Décembre					
Year - Année					

The stock-sales ratios(4) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stocks ratios(5) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table III for the number of shopping days the current publication is based on.

On obtient les ratios stocks-ventes(4) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks(5) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement.

La liste de référence des marchandises, qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

Les chiffres révisés des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif II donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

(4) See Table 26.
(5) See Table 27.

(4) Voir tableau 26.
(5) Voir tableau 27.

TEXT TABLE III. Number of Shopping Days, by Month, 1981 and 1982

TABLEAU EXPLICATIF III. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1981 et 1982

	1982		1981	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	25	5	26	5
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	27	4	26	5
April - Avril	25	4	25	4
May - Mai	26	5	26	5
June - Juin	26	4	26	4
July - Juillet	26	5	26	4
August - Août	26	4	25	5
September - Septembre	25	4	25	4
October - Octobre	25	5	26	5
November - Novembre	26	4	25	4
December - Décembre	26	3	26	4

Chart — 1

Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982

Graphique — 1

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1980-1982

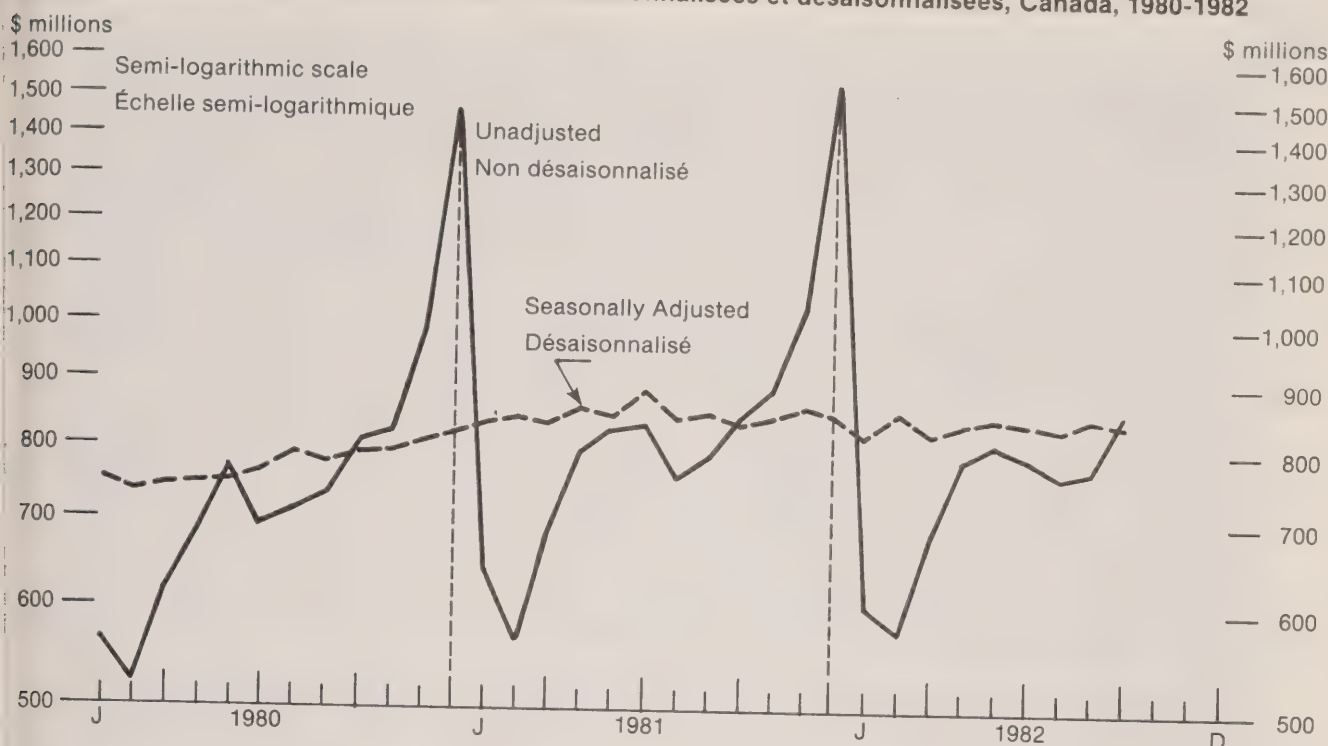


Chart — 2

Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982

Graphique — 2

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1980-1982

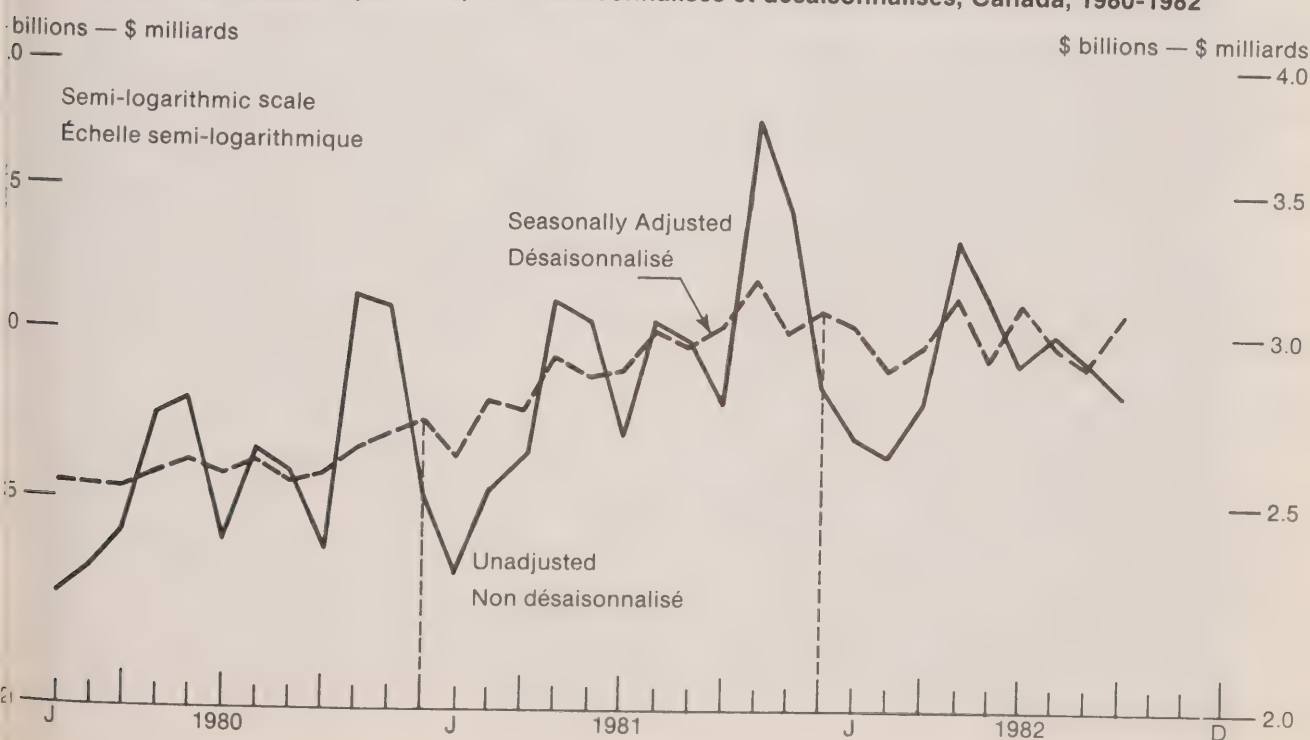


Chart — 3

Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1980-1982

Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1980-1982

\$ billions
\$ milliards
10.0

\$ billions
\$ milliards
10.0

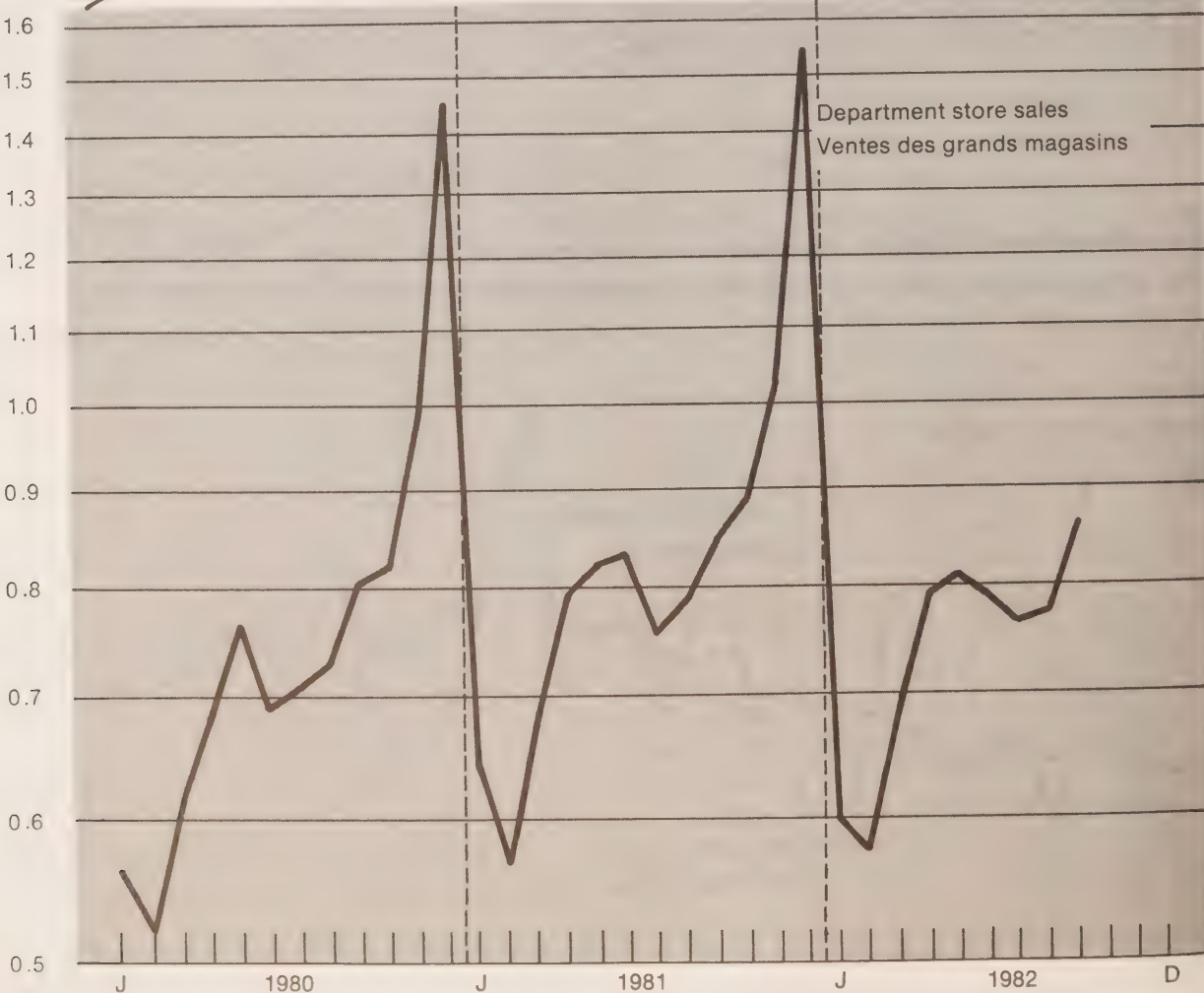
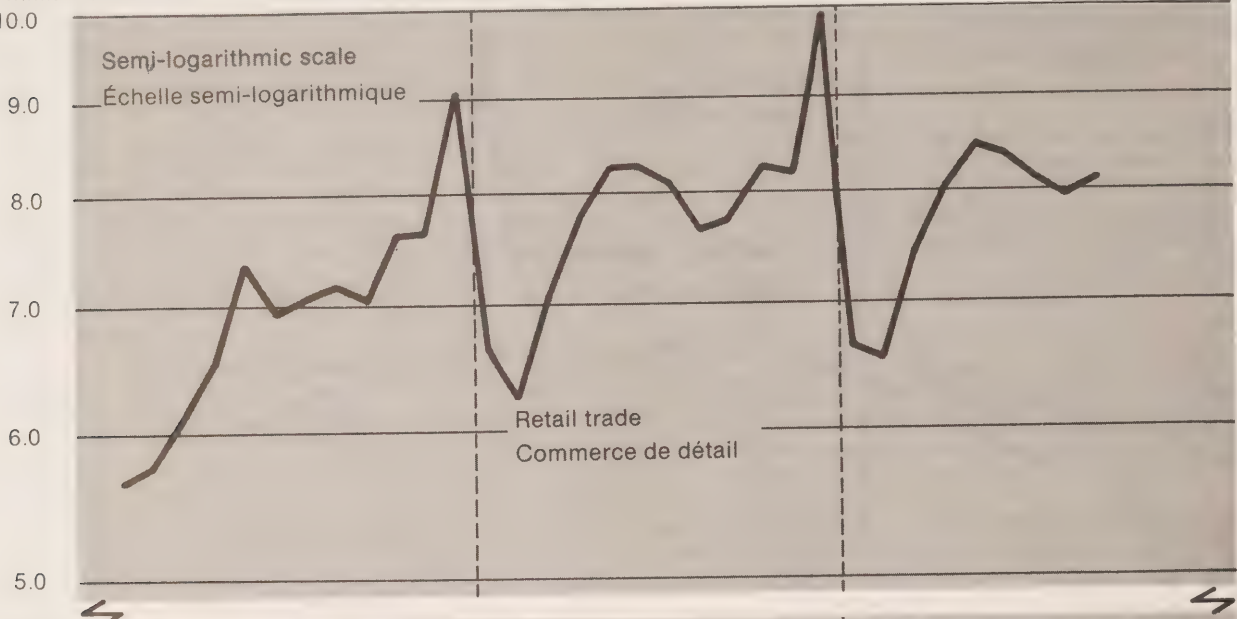


Chart — 4

Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1980 – 1982

Graphique — 4

Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1980 – 1982

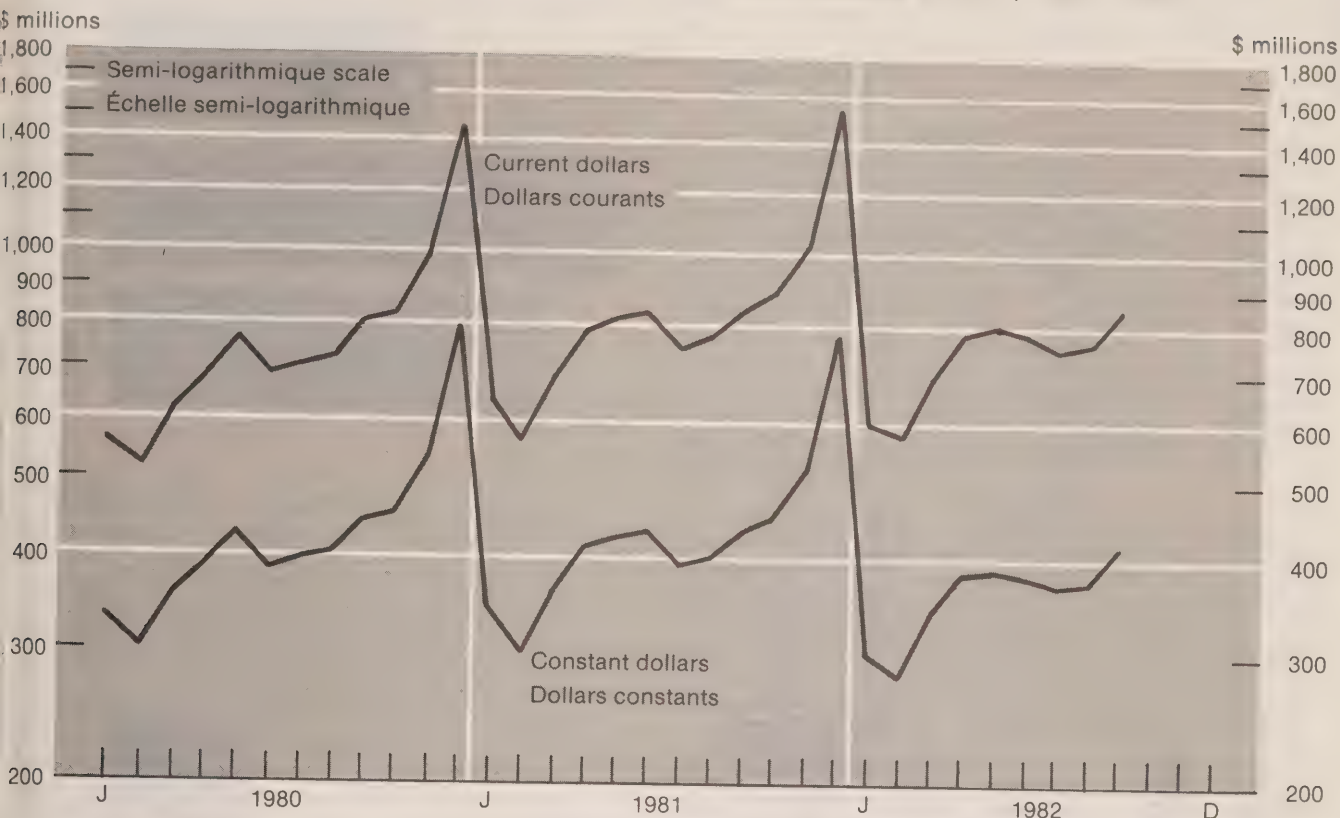


Chart — 5

Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1980-1982

Graphique — 5

Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982

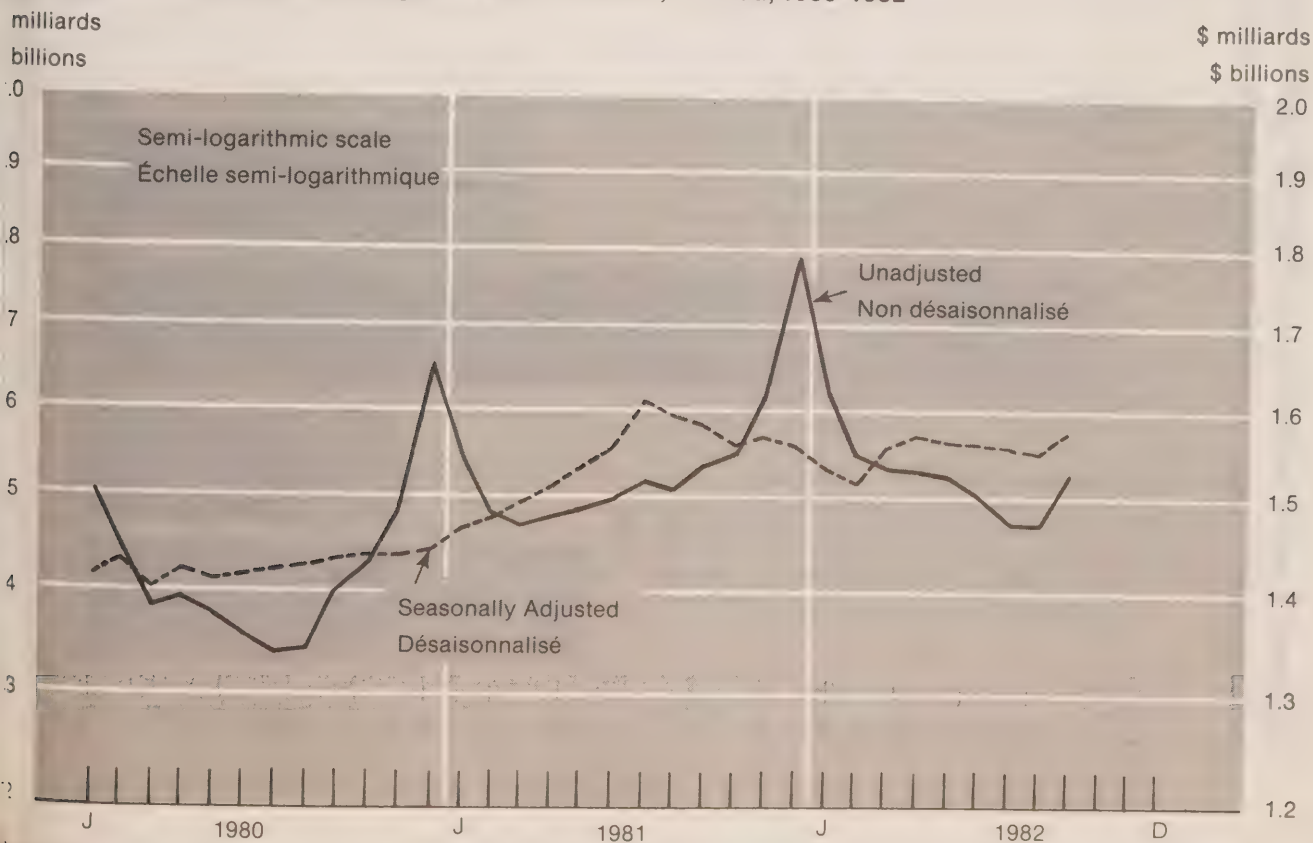
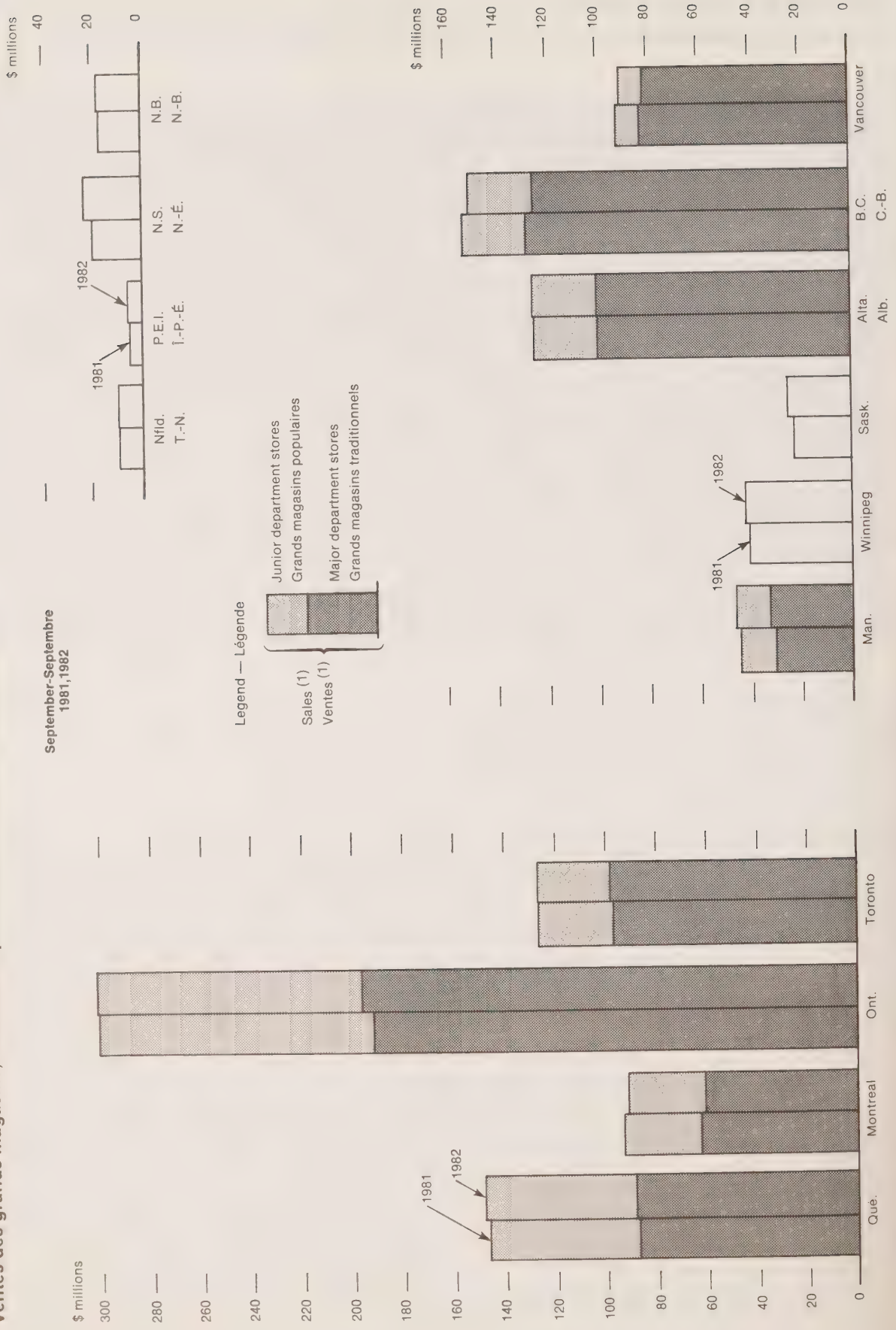


Chart — 6
Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization
Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations



(1) For reasons of confidentiality, the split between the two groups (Major—Junior) is not shown for some regions.

HIGHLIGHTS

In September, 1982 seasonally adjusted sales of department stores decreased slightly by 0.7% to \$844.0 million. The most important sales increases over last month were in furs (+ 36.0%), television, radio and music (+ 9.8%) and in major appliances (+ 8.4%), while women's and misses' coats and suits (- 16.4%), boy's clothing and furnishings (- 13.8%) and infants and children's wear and nursery equipment (- 9.3%) had the most notable decreases.

Department store sales without adjustment for seasonal variation went up 1.4% in September, 1982 from September, 1981 and totalled \$859.9 million. Twenty one of the forty departments recorded sales increases with television, radio and music (+ 31.3%), women's and girl's hosiery (+ 18.4%) and intimate apparel (+ 10.9%) showing the largest increases. The largest sales decreases were in furniture (- 13.7%), women's and misses' coats and suits (- 10.1%) and draperies, curtains and furniture coverings (- 9.6%).

Both sales of major and junior department store organizations were higher compared to last year, registering increased sales of 1.4% and 1.3% to \$583.3 and \$276.6 million respectively.

Except for British Columbia (- 1.6%) every province registered increased sales over the previous year ranging from 0.3% in Alberta to 14.0% in Nova Scotia. Six of the ten metropolitan areas surveyed reported increases. Halifax-Dartmouth had the largest sales increase (+ 19.3%) while Montreal reported the greatest decrease (- 1.8%).

Cumulative sales for the period covering the first nine months of 1982, were 1.2% lower than a year before with \$6,665.4 million.

In September, 1982, the selling value of stocks without seasonal adjustment increased 5.8% over September, 1981 to \$2,826.5 million. The seasonally adjusted value of stocks of \$3,070.2 million was 5.8% higher than last year.

POINTS SAILLANTS

En septembre 1982 les ventes désaisonnalisées des grands magasins ont légèrement baissé de 0.7% pour s'inscrire à \$844.0 millions. Les accroissements les plus importants des ventes par rapport au mois précédent ont été constaté dans les rayons de fourrures (+ 36.0%), de télévision, radio et musique (+ 9.8%) et des gros appareils ménagers (+ 8.4%) alors que les rayons de manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles (- 16.4%) de vêtements et articles d'habillement pour garçons (- 13.8%) et de vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants (- 9.3%) ont montré les diminutions les plus remarquables.

Les ventes des grands magasins sans ajustements saisonniers se sont accrues de 1.4% de septembre 1981 à septembre 1982 et ont totalisé \$859.9 millions. Vingt et un des quarantes rayons ont enregistré des augmentations des ventes, les plus importantes étant dans les rayons de télévision, radio et musique (+ 31.3%), de bas pour dames et fillettes (+ 18.4%) et de sous-vêtements (+ 10.9%) tandis que se sont les rayons des meubles (- 13.7%) de manteaux et tailleurs pour dames (- 10.1%) et de tentures, rideaux et housses (- 9.6%) qui ont rapporté les plus fortes diminutions.

Les ventes des organisations de magasins traditionnels et populaires ont augmenté de 1.4% et 1.3% pour se chiffrer à \$583.3 et \$276.6 millions respectivement.

À l'exception de la Colombie-Britannique (- 1.6%) toutes les provinces ont rapporté des hausses de leurs ventes, variant de 0.3% en Alberta à 14.0% en Nouvelle-Écosse. Six des dix régions métropolitaines enquêtées ont enregistré des accroissements des ventes. Halifax-Dartmouth a inscrit l'augmentation la plus importante (+ 19.3%) pendant que Montréal a signalé la plus forte baisse des ventes (- 1.8%).

Les ventes cumulatives pour la période couvrant les neuf premiers mois de 1982 ont été de 1.2% inférieure à celles de l'an passé avec \$6,665.4 millions.

En septembre 1982, la valeur marchande des stocks sans ajustements saisonniers a augmenté de 5.8% par rapport à septembre 1981 et a atteint \$2,826.5 millions. La valeur désaisonnalisée des stocks en enregistrant \$3,070.2 millions a été de 5.8% supérieure à l'année dernière.

During September, 1982, 797 department store locations were in operation, 1 more than in August, 1982 and 21 more than in September, 1981. Of this number, 343 locations were operated by major department store organizations and 454 by junior department store organizations.

Finally, total department store sales accounted for 10.6% of total retail trade in Canada in September, 1982, compared to 10.9% in September, 1981.

Il y a eu 797 points de vente des grands magasins en opérations durant le mois de septembre 1982, soit 1 de plus qu'en août 1982 et 21 de plus qu'en septembre 1981. De ce nombre 343 points de vente ont été opérés par des organisations de magasins traditionnels et 454 par des organisations de grands magasins populaires.

Enfin les ventes totales des grands magasins ont contribué à 10.6% du commerce de détail total au Canada en septembre 1982, comparativement à 10.9% en septembre 1981.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982

No.	Department	1982							
		January	February	March	April	May	June	July	August
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	June	Juillet	Août
		thousands of dollars milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,164	10,515	13,752	17,504	20,909	17,713	15,442	14,684
2	Women's and misses' coats and suits	10,424	9,982	14,248	14,442	7,239	5,514	6,852	16,922
3	Women's and misses' sportswear	25,164	29,081	39,553	46,006	50,966	43,691	42,236	43,786
4	Furs	4,191	3,399	2,942	682	584	600	1,743	1,744
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	15,429	15,318	19,462	24,022	21,728	19,975	20,559	25,310
6	Girls' and teenage girls' wear	7,450	9,932	15,209	16,916	15,631	13,812	13,200	22,918
7	Lingerie and women's sleepwear	8,947	10,269	12,527	15,114	16,169	14,963	15,370	13,048
8	Intimate apparel	6,663	6,620	8,473	9,821	10,002	9,781	9,298	9,326
9	Millinery	1,362	892	912	1,164	973	884	937	976
10	Women's and girls' hosiery	7,532	6,687	8,687	10,305	9,269	8,211	6,870	8,173
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	8,098	7,850	10,661	12,799	12,467	10,763	9,477	10,539
12	Women's, misses' and children's footwear	12,965	11,946	19,399	24,904	24,820	21,959	17,547	21,766
13	Men's clothing	22,428	20,974	31,839	32,873	31,956	34,822	24,905	27,990
14	Men's furnishings	21,340	20,470	26,494	30,679	32,116	41,477	31,437	32,116
15	Boys' clothing and furnishings	6,041	6,080	9,159	12,078	10,692	9,958	8,916	17,859
16	Men's and boys' footwear	9,287	7,882	11,630	16,039	15,822	15,145	11,615	13,300
17	Food and kindred products	48,298	56,337	50,655	59,920	57,659	49,657	50,769	56,810
18	Toiletries, cosmetics and drugs	33,472	33,602	38,125	41,291	40,212	40,368	40,718	40,417
19	Photographic equipment and supplies	9,033	7,960	9,824	11,189	11,046	13,690	13,730	13,210
20	Piece goods	3,866	3,848	4,921	4,760	4,558	4,016	3,589	4,435
21	Linens and domestics	23,688	14,543	18,188	19,863	20,828	24,776	26,567	24,419
22	Smallwares and notions	8,695	7,079	7,396	7,753	6,309	6,490	6,863	7,502
23	China and glassware	7,319	7,485	9,533	10,004	10,802	9,503	10,000	9,214
24	Floor coverings	9,052	9,638	11,828	11,862	11,299	11,557	11,691	10,402
25	Draperies, curtains and furniture coverings	9,524	9,312	13,646	14,957	14,608	15,864	15,154	13,146
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,078	5,584	7,019	6,800	7,122	7,098	7,637	7,205
27	Furniture	37,565	31,181	35,745	36,630	40,456	39,381	43,626	35,418
28	Major appliances	35,255	27,544	31,403	31,730	32,420	35,622	41,554	32,333
29	Television, radio and music	27,745	23,480	29,072	28,213	25,000	27,482	30,271	30,756
30	Housewares and small electrical appliances	22,897	25,215	24,140	29,542	31,997	30,992	32,535	30,423
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	21,155	20,257	20,568	26,286	35,716	30,751	26,766	22,932
32	Plumbing, heating and building materials	6,267	6,404	7,385	10,670	12,885	11,003	11,774	8,855
33	Jewellery	9,668	11,294	15,407	16,885	17,963	17,432	16,696	15,879
34	Toys and games	6,915	7,822	9,712	14,068	11,793	12,307	13,446	12,192
35	Sporting goods and luggage	19,872	16,080	21,002	28,150	35,060	36,356	31,773	23,762
36	Stationery, books and magazines	17,447	18,133	18,481	20,175	19,630	20,578	19,930	27,698
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	16,159	12,756	15,203	18,161	17,787	18,055	18,433	15,982
38	Meals and lunches	18,314	18,418	20,083	19,573	19,027	19,629	19,629	19,637
39	Repairs and services	6,410	6,319	7,739	7,850	7,350	7,135	6,499	6,792
40	All other departments	19,900	19,718	22,625	30,048	38,249	31,732	27,921	25,584
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	600,079	577,906	694,447	791,728	811,119	790,742	763,975	775,460

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1982		1981		Change - Variation		Rayon	N°
September	September	October	November	December	September/ August 1982	September 1982/1981	
Septembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Septembre/ août 1982	Septembre 1982/1981	
thousands of dollars					per cent		
milliers de dollars					pourcentage		
16,187	16,936	16,142	18,422	22,884	+ 10.2	- 4.4	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles 1
17,602	19,572	25,445	21,348	23,825	+ 4.0	- 10.1	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles 2
57,198	59,595	50,485	52,641	69,579	+ 30.6	- 4.0	Vêtements sport pour dames et jeunes filles 3
2,673	2,798	3,621	4,534	6,983	+ 53.3	- 4.5	Fourrures 4
24,461	24,474	25,353	25,821	36,141	- 3.4	- 0.1	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants 5
18,293	18,164	16,397	17,935	25,080	- 20.2	+ 0.7	Vêtements de fillettes et d'adolescentes 6
16,856	15,275	16,573	23,931	43,194	+ 29.2	+ 10.4	Lingerie et vêtements de nuit pour dames 7
10,644	9,595	8,636	9,500	13,078	+ 14.1	+ 10.9	Sous-vêtements 8
1,579	1,473	2,140	3,123	4,010	+ 61.8	+ 7.2	Chapeaux 9
12,633	10,671	10,951	10,687	15,610	+ 54.6	+ 18.4	Bas pour dames et fillettes 10
15,631	16,622	16,610	21,370	35,269	+ 48.3	- 6.0	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes 11
28,145	28,658	28,312	26,357	31,285	+ 29.3	- 1.8	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants 12
38,610	41,066	42,075	50,138	68,653	+ 37.9	- 6.0	Vêtements pour hommes 13
39,768	36,211	37,555	56,257	100,910	+ 23.8	+ 9.8	Articles d'habillement pour hommes 14
11,927	11,823	11,728	13,650	22,276	- 33.2	+ 0.9	Vêtements et articles d'habillement pour garçons 15
16,733	17,229	17,180	17,883	23,428	+ 25.8	- 2.9	Chaussures pour hommes et garçons 16
49,302	47,841	55,883	66,405	76,484	- 13.2	+ 3.1	Produits alimentaires et connexes 17
41,747	39,387	42,986	50,464	100,618	+ 3.3	+ 6.0	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments 18
12,750	12,616	12,975	16,610	32,243	- 3.5	+ 1.1	Appareils et fournitures photographiques 19
5,489	5,690	6,016	6,187	4,614	+ 23.8	- 3.5	Tissus à la pièce 20
28,296	25,639	25,067	25,239	39,579	+ 15.9	+ 10.4	Literie et linge de maison 21
10,608	10,315	10,730	10,040	12,613	+ 41.4	+ 2.8	Menus articles 22
12,420	11,956	11,195	18,302	36,117	+ 34.8	+ 3.9	Porcelaine et verrerie 23
11,555	12,251	14,107	13,977	12,290	+ 11.1	- 5.7	Revêtements de plancher 24
13,448	14,883	15,941	15,915	17,810	+ 2.3	- 9.6	Tentures, rideaux et housses 25
8,515	8,705	9,260	13,027	20,351	+ 18.2	- 2.2	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison 26
38,348	44,423	42,264	41,444	42,258	+ 8.3	- 13.7	Meubles 27
38,390	39,370	41,557	38,119	43,404	+ 18.7	- 2.5	Gros appareils ménagers 28
42,982	32,669	35,881	45,607	70,145	+ 39.4	+ 31.3	Télévision, radio et musique 29
31,952	29,300	34,345	42,506	75,242	+ 5.0	+ 9.1	Articles de ménage et petits appareils élec- triques 30
23,160	23,797	27,037	26,870	37,750	+ 1.0	- 2.7	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc. 31
9,471	9,035	10,484	9,390	9,361	+ 7.0	+ 4.8	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction 32
21,376	22,176	19,318	33,420	67,772	+ 34.6	- 3.6	Bijouterie 33
12,366	12,222	21,265	47,726	76,866	+ 1.4	+ 1.2	Jouets et jeux 34
23,489	22,802	23,452	28,382	53,741	- 1.1	+ 3.0	Articles de sport et valises 35
27,368	26,339	23,250	31,925	60,674	- 1.2	+ 3.9	Papeterie, livres et revues 36
15,261	16,088	22,472	22,668	23,007	- 4.5	- 5.1	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures 37
19,985	20,406	21,913	23,161	30,894	+ 1.8	- 2.1	Repas et casse-croûtes 38
7,409	6,924	8,267	9,569	9,607	+ 9.1	+ 7.0	Services et travaux de réparation 39
25,399	23,394	27,681	25,948	47,040	- 0.7	+ 8.6	Tous autres rayons 40
859,926	848,390	892,549	1,036,498	1,542,685	+ 10.9	+ 1.4	TOTAL, TOUS RAYONS 41

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982(1)

Department	1982						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars						
	milliers de dollars						
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	14,163	15,946	15,838	15,911	16,231	15,349	15,644
2 Women's and misses' coats and suits	13,713	14,589	13,722	15,291	13,468	13,332	14,329
3 Women's and misses' sportswear	42,070	45,503	44,678	46,307	47,261	44,347	46,809
4 Furs	2,389	2,941	4,384	2,604	3,162	3,488	3,639
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	22,067	22,678	22,795	23,779	23,874	22,732	22,503
6 Girls' and teenage girls' wear	14,602	16,246	16,660	16,753	17,207	15,841	15,994
7 Lingerie and women's sleepwear	16,658	17,529	16,733	17,974	16,836	16,814	16,728
8 Intimate apparel	8,521	9,448	9,088	9,144	9,376	8,722	8,993
9 Millinery	1,664	1,607	1,584	1,583	1,522	1,453	1,507
10 Women's and girls' hosiery	9,274	9,193	9,425	9,661	9,500	9,714	9,439
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	13,903	13,671	13,835	14,717	13,925	13,015	13,550
12 Women's, misses' and children's footwear	21,301	21,664	21,554	22,704	23,783	23,110	22,427
13 Men's clothing	35,418	35,391	34,313	35,512	36,875	36,349	34,205
14 Men's furnishings	36,817	37,638	38,181	39,262	40,876	39,970	40,459
15 Boys' clothing and furnishings	11,118	11,247	10,789	12,301	12,447	12,548	11,293
16 Men's and boys' footwear	14,921	13,474	13,625	14,450	15,996	14,674	13,634
17 Food and kindred products	57,722	58,254	54,223	56,448	56,495	56,021	56,700
18 Toiletries, cosmetics and drugs	43,859	44,698	45,338	45,365	44,189	46,135	45,373
19 Photographic equipment and supplies	12,906	13,437	13,472	13,704	13,040	13,889	13,309
20 Piece goods	4,540	4,496	4,513	4,409	4,368	4,413	4,616
21 Linens and domestics	23,374	23,461	23,599	23,526	23,266	26,439	23,752
22 Smallwares and notions	8,137	8,370	8,061	8,302	8,122	8,442	8,091
23 China and glassware	11,040	12,597	13,004	12,887	12,285	11,269	12,003
24 Floor coverings	11,128	11,772	12,050	12,001	11,282	12,066	11,371
25 Draperies, curtains and furniture coverings	12,506	13,689	14,722	13,886	14,394	14,986	13,415
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8,332	8,446	8,456	7,763	8,664	8,843	8,592
27 Furniture	35,723	41,685	37,845	40,178	38,347	39,123	35,517
28 Major appliances	36,745	39,250	34,912	35,244	31,988	35,217	33,938
29 Television, radio and music	31,672	33,566	34,122	36,254	33,320	37,740	35,129
30 Housewares and small electrical appliances	33,891	35,473	31,982	34,347	33,158	34,612	33,014
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	29,427	30,240	25,797	24,649	29,510	27,288	26,530
32 Plumbing, heating and building materials	8,621	9,208	8,680	9,536	10,723	8,697	10,704
33 Jewellery	20,439	21,516	22,048	21,046	20,450	20,566	21,862
34 Toys and games	20,232	20,704	19,644	21,054	19,544	21,542	20,327
35 Sporting goods and luggage	27,541	28,343	29,584	27,496	30,811	30,259	27,600
36 Stationery, books and magazines	23,204	26,300	24,443	25,473	24,080	25,414	26,335
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	21,234	18,706	17,672	17,013	18,262	17,739	18,216
38 Meals and lunches	21,392	23,043	21,027	20,530	20,045	20,311	19,861
39 Repairs and services	7,458	8,046	8,330	8,579	7,923	7,111	7,083
40 All other departments	28,491	29,121	26,756	26,296	28,410	28,751	27,514
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	814,939	856,240	822,512	842,892	850,497	843,908	831,311

1 Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1981 et 1982(1)

1982		1981				Change - Variation		Rayon	N°
August	September	September	October	November	December	September/ August 1982			
août	Septembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Septembre/ août 1982			
thousands of dollars						per cent			
milliers de dollars						pourcentage			
16,001	15,834	16,500	16,451	18,011	16,247	- 1.0		Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
16,069	13,437	14,888	15,387	14,482	14,861	- 16.4		formes pour dames et jeunes filles	
45,572	45,762	47,500	47,015	47,204	46,188	+ 0.4		Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
1,899	2,583	2,608	2,958	2,618	3,012	+ 36.0		filles	
24,269	22,017	21,831	22,050	22,652	22,649	- 9.3		Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
								Fourrures	4
								Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
								de chambres d'enfants	
16,458	15,627	15,655	15,555	15,744	15,772	- 5.0		Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
18,010	18,264	16,868	17,074	17,562	16,980	+ 1.4		Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
9,786	10,127	9,162	9,363	9,907	9,318	+ 3.5		Sous-vêtements	8
1,612	1,735	1,593	1,494	1,582	1,622	+ 7.6		Chapeaux	9
10,076	10,901	9,248	9,319	9,456	9,463	+ 8.2		Bas pour dames et fillettes	10
14,143	14,698	15,647	15,444	14,769	14,421	+ 3.9		Gants, moufles et articles de parure pour	11
22,233	22,165	22,486	22,325	22,310	22,793	- 0.3		dames et fillettes	
34,184	34,806	37,343	36,231	36,586	36,127	+ 1.8		Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
44,013	42,670	39,109	38,334	38,239	37,597	- 3.1		enfants	
12,912	11,129	11,321	11,060	11,574	11,623	- 13.8		Vêtements pour hommes	13
								Articles d'habillement pour hommes	14
								Vêtements et articles d'habillement pour	15
								garçons	
14,598	14,743	15,104	15,010	15,293	14,691	+ 1.0		Chaussures pour hommes et garçons	16
56,998	55,904	54,805	56,008	58,608	55,417	- 1.9		Produits alimentaires et connexes	17
47,388	46,551	44,527	44,308	45,253	45,403	- 1.8		Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
								caments	
13,749	13,726	13,981	14,279	14,757	13,570	- 0.2		Appareils et fournitures photographiques	19
4,926	4,723	4,922	4,927	5,461	4,779	- 4.1		Tissus à la pièce	20
25,519	25,226	23,229	24,028	23,785	24,195	- 1.1		Literie et linge de maison	21
8,948	9,043	8,870	9,146	8,634	8,409	+ 1.1		Menus articles	22
11,977	12,854	12,688	13,012	13,302	13,203	+ 7.3		Porcelaine et verrerie	23
11,426	11,024	11,762	11,513	11,714	11,844	- 3.5		Revêtements de plancher	24
14,042	12,770	14,221	14,297	14,748	15,093	- 9.1		Tentures, rideaux et housses	25
8,664	8,540	9,023	9,191	9,561	9,227	- 1.4		Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
36,642	35,859	41,864	41,131	41,434	42,581	- 2.1		d'ameublement pour la maison	
31,912	34,595	35,701	38,662	38,521	39,495	+ 8.4		Meubles	27
35,050	38,497	29,713	33,400	35,337	33,219	+ 9.8		Gros appareils ménagers	28
34,536	34,305	32,045	36,572	35,479	34,190	- 0.7		Télévision, radio et musique	29
								Articles de ménage et petits appareils élec-	30
								triques	
25,694	23,896	24,926	24,176	26,263	26,943	- 7.0		Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
9,349	9,466	8,816	9,412	9,655	9,496	+ 1.3		etc.	
21,499	21,404	23,086	22,738	24,391	22,034	- 0.4		Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
21,079	20,579	20,683	20,450	21,067	20,522	- 2.4		truction	
28,271	28,151	28,118	27,663	27,072	27,918	- 0.4		Bijouterie	33
								Jouets et jeux	34
								Articles de sport et valises	35
26,863	25,423	25,212	25,706	25,325	26,059	- 5.4		Papeterie, livres et revues	36
17,432	16,815	17,841	18,370	18,508	16,870	- 3.5		Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
19,993	20,569	21,221	21,118	21,225	21,341	+ 2.9		réparation et fournitures	
7,604	7,503	6,989	7,168	7,306	7,251	- 1.3		Repas et casse-croûtes	38
29,030	30,768	28,528	28,812	28,477	29,675	+ 6.0		Services et travaux de réparation	39
								Tous autres rayons	40
850,005	843,975	839,130	845,669	866,384	851,917	- 0.7		TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982

Province	1982							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	5,603	5,825	7,660	9,298	10,060	9,668	9,433	10,021
2 Prince Edward Island	3,311	2,956	3,744	4,285	4,446	4,797	6,030	5,098
3 Nova Scotia	12,967	13,146	16,382	20,455	20,369	20,303	19,946	21,808
4 New Brunswick	10,210	10,191	13,040	16,625	17,813	17,440	16,853	16,964
5 Quebec	106,158	98,370	118,529	145,086	151,798	135,809	134,696	142,230
6 Ontario	209,112	204,722	241,668	275,573	289,219	277,394	268,605	272,376
7 Manitoba	28,921	29,484	37,860	43,247	43,038	40,902	41,294	40,344
8 Saskatchewan	15,630	15,984	19,564	22,876	23,277	22,476	22,961	22,792
9 Alberta	94,682	89,528	107,825	118,352	117,905	121,211	111,068	114,077
10 British Columbia	111,571	105,658	125,556	133,329	130,256	137,522	130,167	126,910
11 Yukon and Northwest Territories	1,913	2,042	2,620	2,602	2,938	3,220	2,922	2,841
12 CANADA	600,079	577,906	694,447	791,728	811,119	790,742	763,975	775,460

TABLE 4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

Selected metropolitan areas	1982							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	39,359	36,626	44,827	47,244	46,836	48,110	44,318	43,63
2 Edmonton	41,843	39,763	47,049	54,107	53,478	54,215	49,535	52,99
3 Halifax-Dartmouth	7,230	7,259	8,677	11,094	10,412	10,004	9,595	10,97
4 Hamilton	15,392	15,603	18,213	21,081	21,650	20,474	19,866	19,17
5 Montreal	65,774	60,945	72,444	89,467	89,527	79,362	78,723	83,74
6 Ottawa-Hull	23,619	22,154	28,777	33,061	34,977	32,654	31,017	32,09
7 Quebec City	13,736	12,624	15,388	18,963	21,038	19,196	18,411	19,77
8 Toronto	87,801	86,224	99,286	109,794	112,200	109,463	105,514	106,66
9 Vancouver	68,830	64,243	76,470	79,239	78,330	80,407	75,953	74,22
10 Winnipeg	26,332	26,800	34,351	39,272	38,966	36,918	37,372	36,43

TABLEAU 3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1981 et 1982

1982	1981				Change - Variation			Province	No
September	September	October	November	December	September/ August 1982	September 1982/1981			
Septembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Septembre/ août 1982	Septembre 1982/1981			
thousands of dollars - milliers de dollars									
9,903	9,526	10,454	13,146	19,400	- 1.2	+ 4.0	Terre-Neuve	1	
5,230	4,808	4,488	5,360	8,511	+ 2.6	+ 8.8	Île-du-Prince-Édouard	2	
22,345	19,599	21,763	29,060	45,534	+ 2.5	+ 14.0	Nouvelle-Écosse	3	
17,601	16,995	18,438	23,618	34,022	+ 3.8	+ 3.6	Nouveau-Brunswick	4	
48,399	146,869	159,355	176,644	264,152	+ 4.3	+ 1.0	Québec	5	
105,188	301,967	312,584	364,788	562,418	+ 12.1	+ 1.1	Ontario	6	
46,588	44,651	45,423	54,511	76,621	+ 15.5	+ 4.3	Manitoba	7	
25,635	22,636	25,556	30,263	42,556	+ 12.5	+ 13.2	Saskatchewan	8	
25,582	125,211	139,365	157,178	225,573	+ 10.1	+ 0.3	Alberta	9	
50,496	152,884	152,058	178,945	258,846	+ 18.6	- 1.6	Colombie-Britannique	10	
2,958	3,245	3,066	2,985	5,051	+ 4.1	- 8.8	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11	
59,926	848,390	892,549	1,036,498	1,542,685	+ 10.9	+ 1.4	CANADA	12	

TABLEAU 4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1982	1981				Change - Variation			
September	September	October	November	December	September/ August 1982	September 1982/1981	Certaines zones métropolitaines	
Septembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Septembre/ août 1982	Septembre 1982/1981		
Thousands of dollars - milliers de dollars								NO
9,281	49,378	56,693	63,228	89,664	+ 12.9	- 0.2	Calgary	1
7,361	57,815	62,114	70,665	99,620	+ 8.2	- 0.8	Edmonton	2
2,820	10,742	11,559	15,462	23,066	+ 16.9	+ 19.3	Halifax-Dartmouth	3
2,578	21,865	23,744	28,107	44,600	+ 17.7	+ 3.3	Hamilton	4
1,348	92,978	99,570	110,756	165,309	+ 9.1	- 1.8	Montréal	5
6,920	34,146	36,377	40,670	58,686	+ 15.0	+ 8.1	Ottawa-Hull	6
11,723	18,120	20,270	23,288	31,381	+ 4.8	+ 14.4	Ville de Québec	7
1,920	126,829	126,385	147,324	230,396	+ 19.0	+ 0.1	Toronto	8
1,441	92,584	91,004	109,284	153,147	+ 23.2	- 1.2	Vancouver	9
1,384	40,651	41,004	49,523	68,668	+ 16.3	+ 4.3	Winnipeg	10

TABLE 5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982

		1982							
Province		January	February	March	April	May	June	July	August
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.		thousands of dollars - milliers de dollars							
1	Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	x
2	Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	x
3	Nova Scotia	x	x	x	x	x	x	x	x
4	New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	x
5	Quebec	61,088	56,009	68,858	81,067	83,063	73,948	73,714	76,393
6	Ontario	130,523	129,584	151,871	166,003	169,784	164,109	159,248	159,596
7	Manitoba	20,017	19,818	26,132	28,201	26,829	26,205	26,399	25,890
8	Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	x
9	Alberta	77,514	71,402	87,310	92,714	89,415	94,099	84,406	86,868
10	British Columbia	93,499	88,188	105,361	107,860	104,021	109,380	103,284	101,775
11	Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	x
12	CANADA	404,404	386,451	467,207	506,180	504,670	498,570	477,615	480,451

TABLE 6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

		1982							
Selected metropolitan areas		January	February	March	April	May	June	July	August
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.		thousands of dollars - milliers de dollars							
1	Calgary	32,084	29,114	36,656	36,650	35,223	37,456	33,647	33,935
2	Edmonton	35,423	32,890	39,084	43,953	42,105	43,381	39,048	41,355
3	Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x	x
4	Hamilton	11,871	11,943	13,875	15,936	16,165	15,114	14,840	13,973
5	Montreal	42,242	39,667	48,192	56,661	55,322	48,659	48,943	51,605
6	Ottawa-Hull	15,821	14,639	19,329	19,953	22,267	21,006	20,563	19,725
7	Quebec City	x	x	x	x	x	x	x	x
8	Toronto	65,495	65,256	74,976	80,710	80,223	78,069	75,481	77,380
9	Vancouver	61,670	57,641	68,857	69,932	68,830	69,984	66,095	64,645
10	Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982

1982	1981	Change - Variation					Province	NO
September	September	October	November	December	September/ August 1982	September 1982/1981		
Septembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Septembre/ août 1982	Septembre 1982/1981		
thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
x	x	x	x	x	x	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
88,696	87,883	93,970	105,163	145,632	+ 16.1	+ 0.9	Québec	5
196,784	192,188	194,859	228,634	333,761	+ 23.3	+ 2.4	Ontario	6
33,309	31,428	30,351	36,915	48,918	+ 28.7	+ 6.0	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
100,475	100,448	111,293	125,097	175,029	+ 15.7	--	Alberta	9
125,830	128,795	125,728	146,917	207,453	+ 23.6	- 2.3	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
83,344	575,366	591,596	686,067	972,086	+ 21.4	+ 1.4	CANADA	12

TABLEAU 6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

[illegible]

TABLE 7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982

Province	1982							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	x	x	x	x	x	x	x	x
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	45,070	42,360	49,671	64,018	68,736	61,861	60,981	65,837
6 Ontario	78,589	75,138	89,797	109,569	119,435	113,290	109,358	112,780
7 Manitoba	8,905	9,666	11,727	15,046	16,208	14,697	14,895	14,454
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	17,168	18,126	20,516	25,639	28,490	27,112	26,662	27,209
10 British Columbia	18,072	17,470	20,195	25,468	26,234	28,142	26,883	25,135
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	195,675	191,455	227,240	285,547	306,449	292,172	286,359	295,010

TABLE 8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

Selected metropolitan areas	1982							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	7,274	7,513	8,171	10,894	11,613	10,654	10,671	9,700
2 Edmonton	6,420	6,874	7,965	10,154	11,373	10,834	10,488	11,637
3 Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x	x
4 Hamilton	3,521	3,661	4,337	5,146	5,485	5,360	5,026	5,205
5 Montreal	23,532	21,278	24,251	32,806	34,205	30,704	29,780	32,135
6 Ottawa-Hull	7,798	7,515	9,449	13,108	12,711	11,648	10,454	12,365
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	22,306	20,968	24,310	29,084	31,978	31,394	30,032	29,285
9 Vancouver	7,160	6,602	7,613	9,307	9,500	10,423	9,858	9,573
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982

1982	1981	Change - Variation						
September	September	October	November	December	September/ August 1982	September 1982/1981	Province	
Septembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Septembre/ août 1982	Septembre 1982/1981		
Thousands of dollars - milliers de dollars								No
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
x	x	x	x	x	x	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
59,703	58,986	65,385	71,481	118,520	- 9.3	+ 1.2	Québec	5
108,405	109,779	117,725	136,152	228,657	- 3.9	- 1.3	Ontario	6
13,280	13,224	15,072	17,596	27,703	- 8.1	+ 0.4	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
25,107	24,763	28,071	32,081	50,544	- 7.7	+ 1.4	Alberta	9
24,666	24,089	26,330	32,028	51,393	- 1.9	+ 2.4	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
76,582	273,024	300,954	350,430	570,598	- 6.3	+ 1.3	CANADA	12

TABLEAU 8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

[illegible]

TABLE 9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982

		1982						
Province		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		number - nombre						
1	Newfoundland	15	14	14	14	14	14	14
2	Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7	7
3	Nova Scotia	30	30	30	30	30	30	30
4	New Brunswick	27	26	26	26	26	26	26
5	Quebec	163	163	164	164	164	164	164
6	Ontario	294	294	296	297	297	298	296
7	Manitoba	37	37	38	38	38	38	38
8	Saskatchewan	26	26	26	27	28	28	28
9	Alberta	82	82	82	82	82	82	82
10	British Columbia	99	98	98	100	101	102	102
11	Yukon and Northwest Territories	7	7	7	7	7	7	7
12	CANADA	787	784	788	792	794	796	794

TABLE 10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

		1982						
Selected metropolitan areas		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		number - nombre						
1	Calgary	27	27	27	27	27	27	27
2	Edmonton	31	31	31	31	31	31	31
3	Halifax-Dartmouth	11	11	11	11	11	11	11
4	Hamilton	24	24	24	24	24	24	24
5	Montreal	80	80	80	80	80	80	80
6	Ottawa-Hull	31	31	31	31	31	31	31
7	Quebec City	17	17	17	17	17	17	17
8	Toronto	86	86	87	88	88	89	87
9	Vancouver	40	39	39	39	39	40	40
10	Winnipeg	29	29	30	30	30	30	30

TABLEAU 9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1981 et 1982

1982	1981					Province	NO
August	September	September	October	November	December		
Août	Septembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
14	14	15	15	15	15	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
31	32	30	30	30	30	Nouvelle-Écosse	3
25	25	27	27	27	27	Nouveau-Brunswick	4
162	162	159	160	163	163	Québec	5
299	299	291	292	294	294	Ontario	6
38	38	37	37	37	37	Manitoba	7
28	28	27	26	26	26	Saskatchewan	8
83	83	80	80	82	82	Alberta	9
102	102	96	97	99	99	Colombie-Britannique	10
7	7	7	7	7	7	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
796	797	776	778	787	787	CANADA	12

TABLEAU 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1982	1981					Certaines zones métropolitaines	NO
August	September	September	October	November	December		
Août	Septembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
7	27	27	27	27	27	Calgary	1
2	32	30	30	31	31	Edmonton	2
2	13	11	11	11	11	Halifax-Dartmouth	3
4	24	24	24	24	24	Hamilton	4
9	79	80	80	80	80	Montréal	5
2	32	31	31	31	31	Ottawa-Hull	6
7	18	15	15	17	17	Ville de Québec	7
5	87	85	85	86	86	Toronto	8
1	41	40	40	40	40	Vancouver	9
3	30	29	29	29	29	Winnipeg	10

TABLE 11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982

Province	1982						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	9	8	8	8	8	8	8
2 Prince Edward Island	3	3	3	3	3	3	3
3 Nova Scotia	5	5	5	5	5	5	5
4 New Brunswick	6	6	6	6	6	6	6
5 Quebec	58	58	58	58	58	58	58
6 Ontario	110	110	111	112	112	113	111
7 Manitoba	18	18	18	18	18	18	18
8 Saskatchewan	14	14	14	14	15	15	15
9 Alberta	51	51	51	51	51	51	51
10 British Columbia	59	59	59	60	61	61	61
11 Yukon and Northwest Territories	6	6	6	6	6	6	6
12 CANADA	339	338	339	341	343	344	342

TABLE 12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

Selected metropolitan areas	1982						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Calgary	15	15	15	15	15	15	15
2 Edmonton	19	19	19	19	19	19	19
3 Halifax-Dartmouth	4	4	4	4	4	4	4
4 Hamilton	15	15	15	15	15	15	15
5 Montreal	32	32	32	32	32	32	32
6 Ottawa-Hull	13	13	13	13	13	13	13
7 Quebec City	6	6	6	6	6	6	6
8 Toronto	40	40	41	42	42	42	40
9 Vancouver	26	26	26	26	26	26	26
10 Winnipeg	13	13	13	13	13	13	13

TABLEAU 11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982

1982	1981					Province	N ^o
August	September	September	October	November	December		
Août	Septembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
8	8	9	9	9	9	Terre-Neuve	1
3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard	2
5	6	5	5	5	5	Nouvelle-Écosse	3
5	5	6	6	6	6	Nouveau-Brunswick	4
57	58	58	58	58	58	Québec	5
112	112	110	110	110	110	Ontario	6
18	18	18	18	18	18	Manitoba	7
15	15	15	14	14	14	Saskatchewan	8
51	51	50	50	51	51	Alberta	9
61	61	59	59	59	59	Colombie-Britannique	10
6	6	6	6	6	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
341	343	339	338	339	339	CANADA	12

TABLEAU 12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1982	1981					Certaines zones métropolitaines	N ^o
August	September	September	October	November	December		
Août	Septembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
15	15	15	15	15	15	Calgary	1
9	19	19	19	19	19	Edmonton	2
4	5	4	4	4	4	Halifax-Dartmouth	3
5	15	15	15	15	15	Hamilton	4
1	31	32	32	32	32	Montréal	5
3	13	13	13	13	13	Ottawa-Hull	6
6	7	6	6	6	6	Ville de Québec	7
9	40	40	40	40	40	Toronto	8
5	26	26	26	26	26	Vancouver	9
3	13	13	13	13	13	Winnipeg	10

TABLE 13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982

Province	1982						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	6	6	6	6	6	6	6
2 Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4	4
3 Nova Scotia	25	25	25	25	25	25	25
4 New Brunswick	21	20	20	20	20	20	20
5 Quebec	105	105	106	106	106	106	106
6 Ontario	184	184	185	185	185	185	185
7 Manitoba	19	19	20	20	20	20	20
8 Saskatchewan	12	12	12	13	13	13	13
9 Alberta	31	31	31	31	31	31	31
10 British Columbia	40	39	39	40	40	41	41
11 Yukon and Northwest Territories	1	1	1	1	1	1	1
12 CANADA	448	446	449	451	451	452	452

TABLE 14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

Selected metropolitan areas	1982						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Calgary	12	12	12	12	12	12	12
2 Edmonton	12	12	12	12	12	12	12
3 Halifax-Dartmouth	7	7	7	7	7	7	7
4 Hamilton	9	9	9	9	9	9	9
5 Montreal	48	48	48	48	48	48	48
6 Ottawa-Hull	18	18	18	18	18	18	18
7 Quebec City	11	11	11	11	11	11	11
8 Toronto	46	46	46	46	46	47	47
9 Vancouver	14	13	13	13	13	14	14
10 Winnipeg	16	16	17	17	17	17	17

TABLEAU 13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982

1982		1981				Province	No
August	September	September	October	November	December		
Août	Septembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
6	6	6	6	6	6	Terre-Neuve	1
4	4	4	4	4	4	Île-du-Prince-Édouard	2
26	26	25	25	25	25	Nouvelle-Écosse	3
20	20	21	21	21	21	Nouveau-Brunswick	4
105	104	101	102	105	105	Québec	5
187	187	181	182	184	184	Ontario	6
20	20	19	19	19	19	Manitoba	7
13	13	12	12	12	12	Saskatchewan	8
32	32	30	30	31	31	Alberta	9
41	41	37	38	40	40	Colombie-Britannique	10
1	1	1	1	1	1	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
455	454	437	440	448	448	CANADA	12

TABLEAU 14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1982		1981				Certaines zones métropolitaines	No
August	September	September	October	November	December		
Août	Septembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
12	12	12	12	12	12	Calgary	1
13	13	11	11	12	12	Edmonton	2
8	8	7	7	7	7	Halifax-Dartmouth	3
9	9	9	9	9	9	Hamilton	4
48	48	48	48	48	48	Montréal	5
19	19	18	18	18	18	Ottawa-Hull	6
11	11	9	9	11	11	Ville de Québec	7
47	47	45	45	46	46	Toronto	8
15	15	14	14	14	14	Vancouver	9
17	17	16	16	16	16	Winnipeg	10

TABLE 15. Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982
January-September

TABLEAU 15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982
Janvier-septembre

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1982/1981
		1981 ¹	1982	Variation 1982/1981
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	141,093	134,870	- 4.4
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	107,433	103,225	- 3.9
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sport pour dames et jeunes filles	378,578	377,681	- 0.2
4	Furs - Fourrures	17,482	18,558	+ 6.2
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	178,073	186,264	+ 4.6
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	131,078	133,361	+ 1.7
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	118,165	123,063	+ 4.1
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	79,855	80,628	+ 1.0
9	Millinery - Chapeaux	8,827	9,679	+ 9.7
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	72,889	78,367	+ 7.5
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	103,834	98,285	- 5.3
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	186,833	183,451	- 1.8
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	277,758	266,397	- 4.1
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	259,996	275,897	+ 6.1
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillem- ent pour garçons	88,593	92,710	+ 4.6
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	121,460	117,453	- 3.3
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	459,506	479,407	+ 4.3
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	327,449	349,952	+ 6.9
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	105,411	102,432	- 2.8
20	Piece goods - Tissus à la pièce	44,126	39,482	- 10.5
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	199,664	201,168	+ 0.8
22	Smallwares and notions - Menus articles	70,833	68,695	- 3.0
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	90,651	86,280	- 4.8
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	110,124	98,884	- 10.2
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	127,429	119,659	- 6.1
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	69,808	63,058	- 9.7
27	Furniture - Meubles	415,945	338,350	- 18.7
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	368,525	306,251	- 16.9
29	Television, radio and music - Télévision, radio et musique	250,276	264,901	+ 5.8
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	255,047	259,693	+ 1.8
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	230,114	227,591	- 1.1
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	81,480	84,714	+ 4.0
33	Jewellery - Bijouterie	149,278	142,600	- 4.5
34	Toys and games - Jouets et jeux	97,926	100,621	+ 2.8
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	231,933	235,544	+ 1.6
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	183,886	189,440	+ 3.0
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	144,865	147,797	+ 2.0
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	175,695	174,295	- 0.8
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	54,377	63,503	+ 16.8
40	All other departments - Tous autres rayons	230,046	241,176	+ 4.8
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	6,746,341	6,665,382	- 1.2

TABLE 16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982
January-September

TABLEAU 16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1981 et 1982
Janvier-septembre

Province	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	76,547	77,471	+ 1.2
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	38,407	39,897	+ 3.9
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	159,857	167,721	+ 4.9
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	131,532	136,737	+ 4.0
Québec	1,208,807	1,181,075	- 2.3
Ontario	2,357,618	2,343,857	- 0.6
Manitoba	340,792	351,678	+ 3.2
Saskatchewan	189,598	191,195	+ 0.8
Alberta	999,216	1,000,230	+ 0.1
British Columbia - Colombie-Britannique	1,219,396	1,151,465	- 5.6
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	24,577	24,056	- 2.1
CANADA	6,746,341	6,665,382	- 1.2

TABLE 17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982
January-September

TABLEAU 17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines,
1981 et 1982
Janvier-septembre

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
Certaines zones métropolitaines	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	400,839	400,236	- 0.2
Edmonton	457,746	450,343	- 1.6
Halifax-Dartmouth	82,761	88,061	+ 6.4
Hamilton	176,421	174,035	- 1.4
Montréal	739,564	711,334	- 3.8
Ottawa-Hull	260,063	275,274	+ 5.8
Quebec City - Ville de Québec	162,018	159,856	- 1.3
Toronto	967,735	943,867	- 2.5
Vancouver	740,376	689,135	- 6.9
Winnipeg	307,754	318,827	+ 3.6

TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982
January-September

TABLEAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982
Janvier-septembre

Province	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	x	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	698,746	662,836	- 5.1
Ontario	1,472,170	1,427,502	- 3.0
Manitoba	224,727	232,800	+ 3.6
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	783,958	784,203	--
British Columbia - Colombie-Britannique	1,017,206	939,198	- 7.7
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	4,459,339	4,308,892	- 3.4

TABLE 19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982
January-September

TABLEAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982
Janvier-septembre

Selected metropolitan areas Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	313,438	314,580	+ 0.4
Edmonton	371,053	364,093	- 1.9
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	131,914	131,298	- 0.5
Montréal	477,309	452,251	- 5.2
Ottawa-Hull	171,905	178,018	+ 3.6
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	729,841	695,661	- 4.7
Vancouver	659,264	609,331	- 7.6
Winnipeg	x	x	x

TABLE 20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982
January-September

TABLEAU 20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982
Janvier-septembre

Province	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	x	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	510,062	518,237	+ 1.6
Ontario	885,449	916,361	+ 3.5
Manitoba	116,065	118,878	+ 2.4
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	215,257	216,029	+ 0.4
British Columbia - Colombie-Britannique	202,188	212,265	+ 5.0
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	2,287,001	2,356,489	+ 3.0

TABLE 21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982
January-September

TABLEAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines,
1981 et 1982
Janvier-septembre

Selected metropolitan areas Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	87,401	85,955	- 1.7
Edmonton	86,694	86,252	- 0.5
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	44,507	42,738	- 4.0
Montréal	262,257	259,084	- 1.2
Ottawa-Hull	88,155	97,256	+ 10.3
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	237,896	248,206	+ 4.3
Vancouver	81,112	79,804	- 1.6
Winnipeg	x	x	x

TABLE 22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981 and 1982

TABLEAU 22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981 et 1982

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution
	'000	%	'000	%	'000	%
1981:						
January - Janvier	643,821	100.0	442,269	68.7	201,552	31.3
February - Février	568,767	100.0	381,684	67.1	187,082	32.9
March - Mars	688,718	100.0	471,588	68.5	217,130	31.5
April - Avril	793,595	100.0	521,698	65.7	271,897	34.3
May - Mai	822,881	100.0	532,820	64.8	290,061	35.2
June - Juin	835,934	100.0	548,803	65.7	287,131	34.3
July - Juillet	757,743	100.0	485,895	64.1	271,848	35.9
August - Août	786,492	100.0	499,216	63.5	287,276	36.5
September - Septembre	848,390	100.0	575,366	67.8	273,024	32.2
October - Octobre	892,549	100.0	591,596	66.3	300,954	33.7
November - Novembre	1,036,498	100.0	686,067	66.2	350,430	33.8
December - Décembre	1,542,685	100.0	972,086	63.0	570,598	37.0
Year - Année	10,218,073	100.0	6,709,088	65.7	3,508,983	34.3
1982:						
January - Janvier	600,079	100.0	404,404	67.4	195,675	32.6
February - Février	577,906	100.0	386,451	66.9	191,455	33.1
March - Mars	694,447	100.0	467,207	67.3	227,240	32.7
April - Avril	791,728	100.0	506,180	63.9	285,547	36.1
May - Mai	811,119	100.0	504,670	62.2	306,449	37.8
June - Juin	790,742	100.0	498,570	63.1	292,172	36.9
July - Juillet	763,975	100.0	477,615	62.5	286,359	37.5
August - Août	775,460	100.0	480,451	62.0	295,010	38.0
September - Septembre	859,926	100.0	583,344	67.8	276,582	32.2
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 23. Department Store Monthly Sales as a Percentage of Total Retail Trade, by Province, 1981 and 1982
September

TABLEAU 23. Proportions procentuelles mensuelles des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province, 1981 et 1982
Septembre

Province	1981 ^r	1982
	per cent - pourcentage	
Newfoundland - Terre-Neuve	7.4	6.6
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	14.6	15.1
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	8.6	8.7
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	8.9	8.6
Québec	7.9	7.5
Ontario	11.0	10.3
Manitoba	14.6	14.5
Saskatchewan	6.8	7.4
Alberta	13.8	14.1
British Columbia - Colombie-Britannique	15.5	16.0
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	12.6	12.4
CANADA	10.9	10.6

TABLE 24. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, 1981 and 1982

Department	1982							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars							
	milliers de dollars							
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	45,563	46,324	49,956	61,422	53,996	44,779	50,075	42,110
2 Women's and misses' coats and suits	28,018	36,932	37,386	35,287	31,781	34,347	53,829	56,166
3 Women's and misses' sportswear	98,814	104,198	120,456	146,437	139,327	113,690	122,569	117,549
4 Furs	18,433	17,186	16,269	16,249	16,435	17,921	16,901	18,268
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	61,548	60,033	60,661	80,996	70,348	67,120	84,158	70,317
6 Girls' and teenage girls' wear	35,182	39,073	44,171	54,035	49,388	43,281	56,772	47,476
7 Lingerie and women's sleepwear	40,036	40,592	45,160	53,303	51,133	44,395	45,635	46,172
8 Intimate apparel	32,235	28,340	29,431	33,805	32,265	29,431	30,072	29,858
9 Millinery	1,705	1,194	1,029	1,228	1,319	1,142	1,151	1,635
10 Women's and girls' hosiery	20,962	21,453	24,788	28,088	28,136	26,223	29,365	30,231
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	34,682	38,123	41,945	49,058	45,061	36,849	41,291	42,804
12 Women's, misses' and children's footwear	87,084	94,059	109,852	127,461	115,719	104,305	103,144	100,597
13 Men's clothing	121,023	144,954	153,997	188,986	165,246	151,568	151,950	183,318
14 Men's furnishings	115,358	119,780	128,539	156,904	149,582	132,185	146,369	150,374
15 Boys' clothing and furnishings	35,239	37,910	37,033	43,855	38,244	34,101	51,118	35,957
16 Men's and boys' footwear	67,699	68,641	76,775	89,539	88,004	80,766	77,195	75,379
17 Food and kindred products	38,730	32,819	35,302	35,516	33,314	35,152	33,710	28,550
18 Toiletries, cosmetics and drugs	168,715	136,298	145,774	176,578	171,034	167,698	168,487	155,273
19 Photographic equipment and supplies	54,039	47,485	45,858	62,039	57,622	52,117	53,926	54,882
20 Piece goods	26,758	27,466	31,482	32,886	31,183	31,091	31,686	28,807
21 Linens and domestics	105,895	104,167	108,155	118,515	114,625	106,454	101,390	89,195
22 Smallwares and notions	35,714	32,999	34,159	43,815	43,739	41,995	43,017	38,498
23 China and glassware	79,696	84,356	87,916	89,585	94,417	88,675	91,333	91,100
24 Floor coverings	59,308	53,602	56,326	65,293	61,679	62,160	58,862	56,431
25 Draperies, curtains and furniture coverings	74,144	67,185	66,471	74,758	67,791	63,883	65,079	58,907
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	44,908	43,607	45,553	55,147	51,384	50,536	50,871	51,391
27 Furniture	203,525	197,657	199,513	228,763	213,091	196,515	195,498	182,060
28 Major appliances	67,844	57,690	57,243	65,702	61,359	57,572	60,881	60,058
29 Television, radio and music	119,077	113,348	121,728	143,899	135,821	134,059	128,410	123,865
30 Housewares and small electrical appliances	128,912	117,029	123,454	150,298	142,848	141,682	139,901	134,717
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	109,649	96,519	116,389	150,983	140,726	141,579	139,821	138,091
32 Plumbing, heating and building materials	33,209	31,260	31,762	43,256	34,229	33,689	34,599	33,449
33 Jewellery	112,886	113,175	119,253	133,470	128,962	119,789	118,055	114,060
34 Toys and games	73,582	67,604	69,487	88,032	75,209	69,867	76,257	93,439
35 Sporting goods and luggage	106,210	109,124	120,993	159,494	151,440	133,323	127,221	116,701
36 Stationery, books and magazines	85,895	77,322	78,563	93,255	96,064	94,589	103,269	97,943
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	45,833	44,780	41,673	55,367	51,576	47,686	47,899	47,536
38 Meals and lunches	1,490	959	799	797	741	733	689	640
39 Repairs and services	5,313	4,271	4,298	5,961	5,070	5,450	5,536	5,625
40 All other departments	60,107	58,607	64,393	84,704	80,703	70,706	68,642	60,030
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,685,020	2,618,121	2,783,992	3,324,766	3,120,611	2,909,103	3,006,633	2,911,459

1) At selling value.

TABLEAU 24. Stocks(1) mensuels des grande magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1982	1981	Change - Variation					Rayon	N°
September	September	October	November	December	September/ August 1982	September 1982/1981		
Septembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Septembre/ août 1982	Septembre 1982/1981		
Thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
43,071	42,691	61,182	53,746	45,831	+ 2.3	+ 0.9	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
68,444	65,741	74,809	60,150	35,304	+ 21.9	+ 4.1	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
113,814	112,960	145,499	137,605	98,255	- 3.2	+ 0.8	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
17,581	23,072	26,692	25,164	21,783	- 3.8	- 23.8	Fourrures	4
70,793	68,559	96,132	77,985	67,443	+ 0.7	+ 3.3	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
51,846	45,414	58,640	47,906	34,701	+ 9.2	+ 14.2	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
46,201	43,945	66,918	68,621	40,855	+ 0.1	+ 5.1	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
26,010	26,044	38,582	37,252	31,897	- 12.9	- 0.1	Sous-vêtements	8
1,848	1,372	2,302	3,278	3,027	+ 13.0	+ 34.7	Chapeaux	9
26,884	21,432	26,808	26,604	20,860	- 11.1	+ 25.4	Bas pour dames et fillettes	10
44,074	41,520	62,417	58,659	37,112	+ 3.0	+ 6.2	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
98,004	85,055	107,164	97,725	94,195	- 2.6	+ 15.2	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
161,417	161,877	217,065	199,866	166,447	- 11.9	- 0.3	Vêtements pour hommes	13
158,987	142,050	189,713	168,170	107,165	+ 5.7	+ 11.9	Articles d'habillement pour hommes	14
39,741	40,975	58,443	46,414	34,246	+ 10.5	- 3.0	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
65,322	71,868	97,593	86,002	76,019	- 13.3	- 9.1	Chaussures pour hommes et garçons	16
32,625	26,965	37,527	41,887	25,657	+ 14.3	+ 21.0	Produits alimentaires et connexes	17
147,727	135,837	207,606	208,185	151,994	- 4.9	+ 8.8	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
50,093	48,302	73,471	60,613	44,962	- 8.7	+ 3.7	Appareils et fournitures photographiques	19
23,323	26,989	33,103	31,952	30,923	- 19.0	- 13.6	Tissus à la pièce	20
84,877	94,325	130,265	129,646	119,640	- 4.8	- 10.0	Literie et linge de maison	21
35,601	38,554	44,062	38,944	42,553	- 7.5	- 7.7	Menus articles	22
86,412	80,387	97,388	98,820	106,239	- 5.1	+ 7.5	Porcelaine et verrerie	23
52,391	54,111	65,319	59,510	66,289	- 7.2	- 3.2	Revêtements de plancher	24
56,455	61,324	80,445	76,572	76,095	- 4.2	- 7.9	Tentures, rideaux et housses	25
48,686	46,732	62,781	56,350	43,282	- 5.3	+ 4.2	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
170,103	188,708	242,562	214,334	237,373	- 6.6	- 9.9	Meubles	27
56,391	63,851	86,627	85,708	81,194	- 6.1	- 11.7	Gros appareils ménagers	28
114,089	110,165	154,115	149,488	128,437	- 7.9	+ 3.6	Télévision, radio et musique	29
134,389	129,367	166,700	166,421	125,107	- 0.2	+ 3.9	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
121,437	119,215	172,110	142,527	123,138	- 12.1	+ 1.9	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
33,790	27,256	36,505	32,824	34,101	+ 1.0	+ 24.0	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
107,078	102,865	144,247	140,658	108,515	- 6.1	+ 4.1	Bijouterie	33
109,250	96,378	141,697	112,172	55,096	+ 16.9	+ 13.4	Jouets et jeux	34
119,695	129,106	188,390	152,274	123,644	+ 2.6	- 7.3	Articles de sport et valises	35
90,186	86,411	115,662	100,573	74,564	- 7.9	+ 4.4	Papeterie, livres et revues	36
50,783	41,012	62,225	55,509	47,423	+ 2.5	+ 23.8	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
861	1,314	1,524	1,386	1,341	+ 34.5	- 34.5	Repas et casse-croûtes	38
4,799	5,572	6,800	5,825	4,462	- 14.7	- 13.9	Services et travaux de réparation	39
61,375	67,876	90,234	80,260	77,034	+ 2.2	- 9.6	Tous autres rayons	40
2,826,453	2,777,197	3,771,324	3,437,585	2,844,203	+ 2.9	+ 1.8	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982(1)

No.	Department	1982						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	50,757	46,815	46,740	51,023	48,544	52,300	54,607
2	Women's and misses' coats and suits	39,366	43,467	43,721	44,980	47,470	50,274	42,422
3	Women's and misses' sportswear	119,224	112,137	116,281	123,492	121,672	122,090	120,627
4	Furs	18,866	19,567	20,677	18,994	18,939	21,717	18,138
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	73,823	69,843	68,204	74,084	68,239	74,379	68,639
6	Girls' and teenage girls' wear	47,493	44,100	46,861	49,419	45,844	48,299	46,246
7	Lingerie and women's sleepwear	51,292	48,741	47,738	47,605	46,573	49,153	48,579
8	Intimate apparel	31,930	29,542	31,003	33,328	30,081	32,147	30,853
9	Millinery
10	Women's and girls' hosiery	23,207	23,237	25,486	26,077	25,846	28,049	28,786
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	40,955	42,013	44,195	45,593	43,449	42,190	43,542
12	Women's, misses' and children's footwear	106,011	103,471	107,973	113,027	107,516	107,586	97,785
13	Men's clothing	158,767	157,506	164,036	186,450	162,356	185,020	157,788
14	Men's furnishings	137,525	135,833	138,587	145,605	137,483	148,756	146,179
15	Boys' clothing and furnishings	40,752	39,215	41,902	42,949	39,937	38,264	41,603
16	Men's and boys' footwear	83,509	80,746	76,530	79,946	78,240	85,232	75,615
17	Food and kindred products
18	Toiletries, cosmetics and drugs	167,305	160,371	160,668	166,929	163,497	181,256	174,093
19	Photographic equipment and supplies	54,544	53,116	53,348	60,414	55,204	60,272	55,537
20	Piece goods	29,644	27,755	31,347	30,804	29,915	32,172	31,276
21	Linens and domestics	116,706	106,351	110,531	108,055	101,889	103,575	103,787
22	Smallwares and notions	40,307	38,107	37,158	40,197	38,263	39,306	38,852
23	China and glassware	89,870	94,516	92,974	88,018	90,093	92,572	92,377
24	Floor coverings	59,724	56,610	58,765	63,688	59,017	60,268	57,793
25	Draperies, curtains and furniture coverings	77,555	67,538	67,834	69,516	62,251	65,602	63,991
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	51,070	48,428	47,501	54,225	46,468	50,551	49,587
27	Furniture	215,180	204,819	198,303	207,044	191,957	192,210	197,154
28	Major appliances	68,637	55,197	55,147	60,818	58,796	60,247	63,971
29	Television, radio and music	126,026	124,398	124,785	134,901	130,723	138,505	135,539
30	Housewares and small electrical appliances	141,033	129,060	126,257	136,834	131,839	143,971	140,618
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	125,575	121,003	123,094	124,390	120,943	128,377	123,398
34	Toys and games	86,589	84,958	84,813	92,074	82,367	86,501	87,682
35	Sporting goods and luggage	142,735	131,218	128,880	139,381	129,902	137,602	129,395
36	Stationery, books and magazines	96,445	92,222	90,333	93,022	89,487	98,530	97,728
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies
38	Meals and lunches
39	Repairs and services
40	All other departments
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,027,526	2,882,407	2,920,680	3,131,549	2,930,977	3,109,013	2,966,584

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABEAU 25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1981 et 1982(1)

1982	1981					Change - Variation			
August	September	September	October	November	December	September/ August 1982	Rayon		
Août	Septembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Septembre/ août 1982			
thousands of dollars						per cent		No	
milliers de dollars						pourcentage			
48,060	51,135	50,600	51,973	46,503	50,872	+ 6.4	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1	
42,518	51,250	49,165	49,355	49,261	45,778	+ 20.5	formes pour dames et jeunes filles		
118,330	131,319	130,095	128,983	120,449	123,659	+ 11.0	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2	
16,685	15,205	19,971	20,328	20,307	20,306	- 8.9	filles		
66,588	74,527	72,036	81,334	72,070	75,708	+ 11.9	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3	
							Fourrures	4	
							Vêtements pour bébés et enfants et articles	5	
							de chambres d'enfants		
43,066	52,630	46,111	49,117	42,156	48,296	+ 22.2	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
45,974	50,169	47,608	50,279	51,021	52,869	+ 9.1	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
29,951	31,228	31,189	35,655	31,443	31,691	+ 4.3	Sous-vêtements	8	
...	Chapeaux	9	
26,867	29,039	23,071	24,651	24,685	24,276	+ 8.1	Bas pour dames et fillettes	10	
44,536	49,333	46,329	47,180	43,428	44,596	+ 10.8	Gants, moufles et articles de parure pour	11	
91,844	105,619	91,358	96,994	98,696	104,415	+ 15.0	dames et fillettes		
157,856	162,801	162,867	169,902	164,356	182,672	+ 3.1	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12	
147,166	161,408	144,097	143,217	139,081	142,257	+ 9.7	enfants		
36,516	40,656	41,910	44,831	41,743	42,491	+ 11.3	Vêtements pour hommes	13	
							Articles d'habillement pour hommes	14	
							Vêtements et articles d'habillement pour	15	
							garçons		
72,355	70,848	77,661	80,448	80,721	86,616	- 2.1	Chaussures pour hommes et garçons	16	
...	Produits alimentaires et connexes	17	
174,190	170,310	156,583	164,902	156,981	170,279	- 2.2	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18	
							caments		
58,988	58,059	55,944	54,665	45,784	50,738	- 1.6	Appareils et fournitures photographiques	19	
28,096	25,746	29,747	30,614	31,560	31,435	- 8.4	Tissus à la pièce	20	
95,477	103,307	114,802	122,740	119,085	119,674	+ 8.2	Literie et linge de maison	21	
37,522	39,685	42,996	42,932	40,712	42,018	+ 5.8	Menus articles	22	
91,890	94,750	88,187	88,090	83,857	98,775	+ 3.1	Porcelaine et verrerie	23	
55,401	59,814	61,873	63,167	61,805	60,813	+ 8.0	Revêtements de plancher	24	
60,879	66,145	71,690	76,068	75,653	74,402	+ 8.6	Tentures, rideaux et housses	25	
49,362	53,197	50,956	52,200	50,213	52,304	+ 7.8	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26	
193,372	205,389	227,870	245,666	215,288	215,321	+ 6.2	d'ameublement pour la maison		
67,809	70,498	79,950	84,384	78,837	74,152	+ 4.0	Meubles	27	
131,408	132,292	127,669	139,121	125,530	123,524	+ 0.7	Gros appareils ménagers	28	
137,931	148,152	142,749	147,172	144,400	143,958	+ 7.4	Télévision, radio et musique	29	
							Articles de ménage et petits appareils élec-	30	
							triques		
...	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31	
							etc.		
...	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32	
							truction		
117,334	123,689	118,571	122,275	112,920	120,085	+ 5.4	Bijouterie	33	
87,498	87,491	76,824	80,171	83,204	99,195	--	Jouets et jeux	34	
120,472	123,959	133,496	144,608	134,781	144,593	+ 2.9	Articles de sport et valises	35	
92,303	93,709	89,861	92,355	81,279	93,742	+ 1.5	Papeterie, livres et revues	36	
...	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37	
							réparation et fournitures		
...	Repas et casse-croûtes	38	
...	Services et travaux de réparation	39	
...	Tous autres rayons	40	
2,901,594	3,070,229	3,013,193	3,187,136	3,004,193	3,083,503	+ 5.8	TOTAL, TOUS RAYONS	41	

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982

		1982						
No.	Department	January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5.58	4.41	3.63	3.51	2.58	2.53	3.24
2	Women's and misses' coats and suits	2.69	3.70	2.62	2.44	4.39	6.23	7.86
3	Women's and misses' sportswear	3.93	3.58	3.05	3.18	2.73	2.60	2.90
4	Furs	4.40	5.06	5.53	23.82	28.14	29.87	9.70
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.99	3.92	3.12	3.37	3.24	3.36	4.09
6	Girls' and teenage girls' wear	4.72	3.93	2.90	3.19	3.16	3.13	4.30
7	Lingerie and women's sleepwear	4.47	3.95	3.66	3.53	3.16	2.97	2.97
8	Intimate apparel	4.84	4.28	3.47	3.44	3.23	3.01	3.23
9	Millinery	1.25	1.34	1.13	1.06	1.36	1.29	1.23
10	Women's and girls' hosiery	2.78	3.21	2.85	2.73	3.04	3.19	4.27
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.28	4.86	3.93	3.83	3.61	3.42	4.36
12	Women's, misses' and children's footwear	6.72	7.87	5.66	5.12	4.66	4.75	5.88
13	Men's clothing	5.40	6.91	4.84	5.75	5.17	4.35	6.10
14	Men's furnishings	5.41	5.85	4.85	5.11	4.66	3.19	4.66
15	Boys' clothing and furnishings	5.83	6.24	4.04	3.63	3.58	3.42	5.73
16	Men's and boys' footwear	7.29	8.71	6.60	5.58	5.56	5.33	6.65
17	Food and kindred products	0.80	0.58	0.70	0.59	0.58	0.71	0.66
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.04	4.06	3.82	4.28	4.25	4.15	4.14
19	Photographic equipment and supplies	5.98	5.97	4.67	5.54	5.22	3.81	3.93
20	Piece goods	6.92	7.14	6.40	6.91	6.84	7.74	8.83
21	Linens and domestics	4.47	7.16	5.95	5.97	5.50	4.30	3.82
22	Smallwares and notions	4.11	4.66	4.62	5.65	6.93	6.47	6.27
23	China and glassware	10.89	11.27	9.22	8.95	8.74	9.33	9.13
24	Floor coverings	6.55	5.56	4.76	5.50	5.46	5.38	5.03
25	Draperies, curtains and furniture coverings	7.78	7.21	4.87	5.00	4.64	4.03	4.29
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7.39	7.81	6.47	8.11	7.21	7.12	6.66
27	Furniture	5.42	6.34	5.58	6.25	5.27	4.99	4.48
28	Major appliances	1.92	2.09	1.82	2.07	1.89	1.62	1.47
29	Television, radio and music	4.29	4.83	4.19	5.10	5.43	4.88	4.24
30	Housewares and small electrical appliances	5.63	4.64	5.11	5.09	4.46	4.57	4.30
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	5.18	4.76	5.66	5.74	3.94	4.60	5.22
32	Plumbing, heating and building materials	5.30	4.88	4.30	4.05	2.66	3.06	2.94
33	Jewellery	11.68	10.02	7.74	7.90	7.18	6.87	7.07
34	Toys and games	10.64	8.64	7.15	6.26	6.38	5.68	5.67
35	Sporting goods and luggage	5.34	6.79	5.76	5.67	4.32	3.67	4.00
36	Stationery, books and magazines	4.92	4.26	4.25	4.62	4.89	4.60	5.18
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	2.84	3.51	2.74	3.05	2.90	2.64	2.60
38	Meals and lunches	0.08	0.05	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04
39	Repairs and services	0.83	0.68	0.56	0.76	0.69	0.76	0.85
40	All other departments	3.02	2.97	2.85	2.82	2.11	2.23	2.46
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.37	4.42	3.94	4.16	3.77	3.62	3.83

TABLEAU 26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1982	1981					Rayon	N°
August	September	September	October	November	December		
Août	Septembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
2.87	2.66	2.52	3.79	2.92	2.00	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
3.32	3.89	3.36	2.94	2.82	1.48	formes pour dames et jeunes filles	
2.68	1.99	1.90	2.88	2.61	1.41	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
10.47	6.58	8.25	7.37	5.50	3.12	filles	
2.78	2.89	2.80	3.79	3.02	1.87	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
						Fourrures	4
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
						de chambres d'enfants	
2.07	2.83	2.50	3.58	2.67	1.38	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
3.54	2.74	2.88	4.04	2.87	0.95	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3.20	2.44	2.71	4.47	3.92	2.44	Sous-vêtements	8
1.68	1.17	0.93	1.08	1.05	0.75	Chapeaux	9
5.70	2.13	2.01	2.45	2.49	1.34	Bas pour dames et fillettes	10
4.06	2.82	2.50	3.76	2.74	1.05	Gants, moufles et articles de parure pour	11
4.62	3.48	2.97	3.79	3.71	3.01	dames et fillettes	
6.55	4.18	3.94	5.16	3.99	2.42	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
4.68	4.00	3.92	5.05	2.99	1.06	enfants	
2.01	3.33	3.47	4.98	3.40	1.54	Vêtements pour hommes	13
						Articles d'habillement pour hommes	14
						Vêtements et articles d'habillement pour	15
						garçons	
5.67	3.90	4.17	5.68	4.81	3.24	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.50	0.66	0.56	0.67	0.63	0.34	Produits alimentaires et connexes	17
3.84	3.54	3.45	4.83	4.13	1.51	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
						caments	
4.15	3.93	3.83	5.66	3.65	1.39	Appareils et fournitures photographiques	19
6.50	4.25	4.74	5.50	5.16	6.70	Tissus à la pièce	20
3.65	3.00	3.68	5.20	5.14	3.02	Literie et linge de maison	21
5.13	3.36	3.74	4.11	3.88	3.37	Menus articles	22
9.89	6.96	6.72	8.70	5.40	2.94	Porcelaine et verrerie	23
5.43	4.53	4.42	4.63	4.26	5.39	Revêtements de plancher	24
4.48	4.20	4.12	5.05	4.81	4.27	Tentures, rideaux et housses	25
7.13	5.72	5.37	6.78	4.33	2.13	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
5.14	4.44	4.25	5.74	5.17	5.62	d'ameublement pour la maison	
1.86	1.47	1.62	2.08	2.25	1.87	Meubles	27
4.03	2.66	3.37	4.30	3.28	1.83	Gros appareils ménagers	28
4.43	4.21	4.42	4.85	3.92	1.66	Télévision, radio et musique	29
						Articles de ménage et petits appareils élec-	30
						triques	
6.02	5.24	5.01	6.37	5.30	3.26	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
3.78	3.57	3.02	3.48	3.50	3.64	etc.	
7.18	5.01	4.64	7.47	4.21	1.60	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
7.66	8.83	7.89	6.66	2.35	0.72	truction	
4.91	5.10	5.66	8.03	5.37	2.30	Bijouterie	33
						Jouets et jeux	34
						Articles de sport et valises	35
3.54	3.30	3.28	4.97	3.15	1.23	Papeterie, livres et revues	36
3.10	3.33	2.55	2.77	2.45	2.06	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
0.03	0.04	0.06	0.07	0.06	0.04	réparation et fournitures	
0.83	0.65	0.80	0.82	0.61	0.46	Repas et casse-croûtes	38
2.35	2.42	2.90	3.26	3.09	1.64	Services et travaux de réparation	39
						Tous autres rayons	40
3.65	3.23	3.21	4.14	3.28	1.82	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

TABLE 27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982

No.	Department	1982						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.18	0.23	0.29	0.32	0.36	0.36	0.33
2	Women's and misses' coats and suits	0.33	0.31	0.38	0.40	0.22	0.17	0.16
3	Women's and misses' sportswear	0.26	0.29	0.35	0.34	0.36	0.35	0.36
4	Furs	0.21	0.19	0.18	0.04	0.04	0.03	0.10
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	0.24	0.25	0.32	0.34	0.29	0.29	0.27
6	Girls' and teenage girls' wear	0.21	0.27	0.37	0.34	0.30	0.30	0.26
7	Lingerie and women's sleepwear	0.22	0.25	0.29	0.31	0.31	0.31	0.34
8	Intimate apparel	0.21	0.22	0.29	0.31	0.30	0.32	0.31
9	Millinery	0.56	0.62	0.82	1.03	0.76	0.72	0.82
10	Women's and girls' hosiery	0.36	0.32	0.38	0.39	0.33	0.30	0.25
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.23	0.22	0.27	0.28	0.26	0.26	0.24
12	Women's, misses' and children's footwear	0.14	0.13	0.19	0.21	0.20	0.20	0.17
13	Men's clothing	0.16	0.16	0.21	0.19	0.18	0.22	0.16
14	Men's furnishings	0.19	0.17	0.21	0.21	0.21	0.29	0.23
15	Boys' clothing and furnishings	0.17	0.17	0.24	0.30	0.26	0.28	0.21
16	Men's and boys' footwear	0.13	0.12	0.16	0.19	0.18	0.18	0.15
17	Food and kindred products	1.50	1.57	1.49	1.69	1.68	1.45	1.47
18	Toiletries, cosmetics and drugs	0.21	0.22	0.27	0.26	0.23	0.24	0.24
19	Photographic equipment and supplies	0.18	0.16	0.21	0.21	0.18	0.25	0.26
20	Piece goods	0.13	0.14	0.17	0.15	0.14	0.13	0.11
21	Linens and domestics	0.21	0.14	0.17	0.18	0.18	0.22	0.26
22	Smallwares and notions	0.22	0.21	0.22	0.20	0.14	0.15	0.16
23	China and glassware	0.08	0.09	0.11	0.11	0.12	0.10	0.11
24	Floor coverings	0.14	0.17	0.22	0.20	0.18	0.19	0.19
25	Draperies, curtains and furniture coverings	0.13	0.13	0.20	0.21	0.20	0.24	0.24
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.14	0.13	0.16	0.14	0.13	0.14	0.15
27	Furniture	0.17	0.16	0.18	0.17	0.18	0.19	0.22
28	Major appliances	0.47	0.44	0.55	0.52	0.51	0.60	0.70
29	Television, radio and music	0.22	0.20	0.25	0.21	0.18	0.20	0.23
30	Housewares and small electrical appliances	0.18	0.21	0.20	0.22	0.22	0.22	0.23
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.18	0.20	0.19	0.20	0.24	0.22	0.19
32	Plumbing, heating and building materials	0.19	0.20	0.23	0.28	0.33	0.32	0.34
33	Jewellery	0.09	0.10	0.13	0.13	0.14	0.14	0.14
34	Toys and games	0.11	0.11	0.14	0.18	0.14	0.17	0.18
35	Sporting goods and luggage	0.17	0.15	0.18	0.20	0.23	0.26	0.24
36	Stationery, books and magazines	0.22	0.22	0.24	0.23	0.21	0.22	0.20
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.35	0.28	0.35	0.37	0.33	0.36	0.39
38	Meals and lunches	12.92	15.04	22.85	24.53	24.74	26.63	27.61
39	Repairs and services	1.31	1.32	1.81	1.53	1.33	1.36	1.18
40	All other departments	0.29	0.33	0.37	0.40	0.46	0.42	0.40
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.22	0.22	0.26	0.26	0.25	0.26	0.26

TABLEAU 27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1982		1981				Rayon	N°
August	September	September	October	November	December		
Août	Septembre	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
0.32	0.38	0.41	0.31	0.32	0.46	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
0.31	0.28	0.30	0.36	0.32	0.50	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.36	0.49	0.52	0.39	0.37	0.59	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
0.10	0.15	0.13	0.15	0.17	0.30	Fourrures	4
0.33	0.35	0.34	0.31	0.30	0.50	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.44	0.37	0.37	0.32	0.34	0.61	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.28	0.36	0.35	0.30	0.35	0.79	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.31	0.38	0.34	0.27	0.25	0.38	Sous-vêtements	8
0.70	0.91	1.22	1.16	1.12	1.27	Chapeaux	9
0.27	0.44	0.44	0.45	0.40	0.66	Bas pour dames et fillettes	10
0.25	0.36	0.38	0.32	0.35	0.74	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.21	0.28	0.32	0.29	0.26	0.33	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.17	0.22	0.23	0.22	0.24	0.37	Vêtements pour hommes	13
0.22	0.26	0.25	0.23	0.31	0.73	Articles d'habillement pour hommes	14
0.41	0.32	0.29	0.24	0.26	0.55	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.17	0.24	0.23	0.20	0.19	0.29	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.82	1.61	1.81	1.73	1.67	2.26	Produits alimentaires et connexes	17
0.25	0.28	0.29	0.25	0.24	0.56	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
0.24	0.24	0.25	0.21	0.25	0.61	Appareils et fournitures photographiques	19
0.15	0.21	0.20	0.20	0.19	0.15	Tissus à la pièce	20
0.26	0.33	0.26	0.22	0.19	0.32	Literie et linge de maison	21
0.18	0.29	0.26	0.26	0.24	0.31	Menus articles	22
0.10	0.14	0.14	0.13	0.19	0.35	Porcelaine et verrerie	23
0.18	0.21	0.21	0.24	0.22	0.20	Revêtements de plancher	24
0.21	0.23	0.23	0.22	0.20	0.23	Tentures, rideaux et housses	25
0.14	0.17	0.18	0.17	0.22	0.41	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.19	0.22	0.22	0.20	0.18	0.19	Meubles	27
0.53	0.66	0.59	0.55	0.44	0.52	Gros appareils ménagers	28
0.24	0.36	0.29	0.27	0.30	0.50	Télévision, radio et musique	29
0.22	0.24	0.22	0.23	0.26	0.52	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
0.17	0.18	0.18	0.19	0.17	0.28	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.26	0.28	0.31	0.33	0.27	0.28	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
0.14	0.19	0.21	0.16	0.23	0.54	Bijouterie	33
0.14	0.12	0.13	0.18	0.38	0.92	Jouets et jeux	34
0.19	0.20	0.18	0.15	0.17	0.39	Articles de sport et valises	35
0.28	0.29	0.30	0.23	0.30	0.69	Papeterie, livres et revues	36
0.33	0.30	0.36	0.44	0.39	0.45	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
29.55	26.63	16.56	15.44	15.92	22.66	Repas et casse-croûtes	38
1.22	1.42	1.21	1.34	1.52	1.87	Services et travaux de réparation	39
0.40	0.42	0.33	0.35	0.30	0.60	Tous autres rayons	40
2.62	0.30	0.29	0.27	0.29	0.49	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted, Canada, 1980-1982

TABLERAU 28. Montants à recevoir(1), non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982

Month	1980	1981	1982	Change from previous month	Change 1982/1981
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1982/1981
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,510,848	1,554,350	1,624,889	- 9.1	+ 4.5
February - Février	1,453,884	1,488,706	1,554,529	- 4.3	+ 4.4
March - Mars	1,388,475	1,476,287	1,537,740	- 1.1	+ 4.2
April - Avril	1,397,066	1,483,717	1,536,243	- 0.1	+ 3.5
May - Mai	1,381,243	1,493,281	1,527,443	- 0.6	+ 2.3
June - Juin	1,359,373	1,501,535	1,505,203	- 1.5	+ 0.2
July - Juillet	1,341,270	1,523,351	1,477,266	- 1.9	- 3.0
August - Août	1,346,822	1,512,048	1,476,402	- 0.1	- 2.4
September - Septembre	1,401,404	1,537,138	1,536,070	+ 4.0	- 0.1
October - Octobre	1,434,563	1,550,904			
November - Novembre	1,490,778	1,622,633			
December - Décembre	1,658,191	1,788,145			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982

TABLERAU 29. Montants à recevoir(1), désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982

Month	1980	1981	1982	Change from previous month	Change 1982/1981
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1982/1981
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,420.3	1,470.0	1,538.0	- 1.6	+ 4.6
February - Février	1,438.8	1,480.0	1,532.2	- 0.4	+ 3.5
March - Mars	1,408.9	1,499.0	1,563.1	+ 2.0	+ 4.3
April - Avril	1,424.7	1,515.0	1,573.7	+ 0.7	+ 3.9
May - Mai	1,417.5	1,537.0	1,569.7	- 0.3	+ 2.1
June - Juin	1,420.8	1,563.0	1,568.9	- 0.1	+ 0.4
July - Juillet	1,425.6	1,615.0	1,566.6	- 0.1	- 3.0
August - Août	1,430.0	1,595.0	1,557.7	- 0.6	- 2.3
September - Septembre	1,440.8	1,581.0	1,579.2	+ 1.4	- 0.1
October - Octobre	1,442.6	1,565.0			
November - Novembre	1,441.4	1,570.0			
December - Décembre	1,448.9	1,563.0			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Department Store Sales and
Stocks, MCD, Seasonal
and Trading Day Factors

Ventes et stocks des grands
magasins MDC et coefficients de
corrections des variations
saisonnières et des jours
commerciaux

TABLE 30. Department Store Sales, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1982 and 1983

No.	Department	1982						
		MCD	March	April	May	June	July	August
		MDC	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	86.83	110.01	128.82	115.40	98.71	91.77
2	Women's and misses' coats and suits	6	103.83	98.45	53.75	41.36	47.82	105.31
3	Women's and misses' sportswear	3	88.53	99.35	107.84	98.52	90.23	96.08
4	Furs	12	67.11	26.19	18.47	17.20	47.90	91.86
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	85.38	101.02	91.01	87.87	91.36	104.29
6	Girls' and teenage girls' wear	4	91.29	100.97	90.84	87.19	82.53	139.25
7	Lingerie and women's sleepwear	3	73.67	84.09	96.04	88.99	91.88	72.45
8	Intimate apparel	4	93.23	107.40	106.68	112.14	103.39	95.30
9	Millinery	12	57.58	73.52	63.94	60.82	62.19	60.53
10	Women's and girls' hosiery	3	92.17	106.67	97.57	84.53	72.78	81.11
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	77.06	86.97	89.53	82.70	69.94	74.52
12	Women's, misses' and children's footwear	6	90.00	109.69	104.36	95.02	78.24	97.90
13	Men's clothing	4	92.79	92.57	86.66	95.80	72.81	81.88
14	Men's furnishings	5	69.39	78.14	78.57	103.77	77.70	72.97
15	Boys' clothing and furnishings	6	84.89	98.19	85.90	79.36	78.95	138.31
16	Men's and boys' footwear	5	85.36	111.00	98.91	103.21	85.19	91.11
17	Food and kindred products	7	93.42	106.15	102.06	88.64	89.54	99.67
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	84.09	91.02	91.00	87.50	89.74	85.29
19	Photographic equipment and supplies	4	72.92	81.65	84.71	98.57	103.16	96.08
20	Piece goods	5	109.03	107.95	104.36	91.00	77.75	90.03
21	Linens and domestics	3	77.07	84.43	89.52	93.71	111.85	95.69
22	Smallwares and notions	4	91.75	93.39	77.68	76.88	84.82	83.84
23	China and glassware	4	73.31	77.63	87.93	84.33	83.31	76.93
24	Floor coverings	5	98.16	98.84	100.15	95.78	102.81	91.04
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	92.69	107.71	101.49	105.86	112.96	93.62
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	83.01	87.59	82.20	80.27	88.88	83.16
27	Furniture	4	94.45	91.17	105.50	100.66	122.83	96.66
28	Major appliances	5	89.95	90.03	101.35	101.15	122.44	101.32
29	Television, radio and music	4	85.20	77.82	75.03	72.82	86.17	87.75
30	Housewares and small electrical appliances	3	75.48	86.01	96.50	89.54	98.55	88.09
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4	79.73	106.64	121.03	112.69	100.89	89.25
32	Plumbing, heating and building materials	7	85.08	111.89	120.16	126.52	110.00	94.72
33	Jewellery	3	69.88	80.23	87.84	84.76	76.37	73.86
34	Toys and games	4	49.44	66.82	60.34	57.13	66.15	57.84
35	Sporting goods and luggage	3	70.99	102.38	113.79	120.15	115.12	84.05
36	Stationery, books and magazines	4	75.61	79.20	81.52	80.97	75.68	103.11
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	86.03	106.75	97.40	101.78	101.19	91.68
38	Meals and lunches	3	95.51	95.34	94.92	96.64	98.83	98.22
39	Repairs and services	7	92.90	91.50	92.77	100.34	91.76	89.32
40	All other departments	4	84.56	114.27	134.63	110.37	101.48	88.13
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	84.43	93.93	95.37	93.70	91.90	91.23

TABLEAU 30. Ventes des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1982 et 1983

1982		1983				Rayon	N°
September	October	November	December	January	February		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février		
102.23	95.41	105.80	142.27	56.53	65.80	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
131.00	163.41	149.76	159.25	72.75	68.40	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
124.99	103.27	116.94	151.12	58.72	63.76	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
103.49	127.36	172.25	245.52	169.10	116.20	Fourrures	4
111.10	113.19	116.66	161.72	67.80	67.55	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
117.06	98.74	120.71	159.57	50.35	61.21	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
92.29	91.96	141.57	259.37	53.38	58.54	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
105.10	89.96	98.17	141.17	76.05	70.02	Sous-vêtements	8
91.00	141.75	202.05	256.36	79.41	55.47	Chapeaux	9
115.89	112.55	117.83	165.37	80.51	72.52	Bas pour dames et fillettes	10
106.35	104.55	149.28	245.83	57.41	57.34	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
126.98	121.15	124.33	136.25	59.65	55.15	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
110.93	110.20	143.18	191.80	63.06	59.12	Vêtements pour hommes	13
93.20	94.59	151.55	269.67	57.18	54.24	Articles d'habillement pour hommes	14
107.17	100.88	120.69	198.55	53.57	53.93	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
113.50	110.09	122.42	160.69	60.55	58.37	Chaussures pour hommes et garçons	16
88.19	95.06	117.44	142.20	82.08	97.09	Produits alimentaires et connexes	17
89.68	93.59	114.19	224.08	75.50	75.10	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
92.89	87.22	114.47	241.33	69.31	59.14	Appareils et fournitures photographiques	19
116.23	117.64	117.79	96.86	83.93	85.61	Tissus à la pièce	20
112.17	100.26	108.72	164.14	101.01	61.84	Literie et linge de maison	21
117.31	114.10	118.97	150.20	105.59	84.66	Menus articles	22
96.62	83.10	139.69	273.96	65.75	59.59	Porcelaine et verrerie	23
104.82	118.30	122.66	105.36	80.48	82.08	Revêtements de plancher	24
105.31	107.69	111.15	118.67	74.32	67.99	Tentures, rideaux et housses	25
99.71	96.49	137.56	222.19	74.01	66.09	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
106.94	99.15	102.82	100.25	104.55	74.63	Meubles	27
110.97	105.24	100.59	112.18	94.64	70.27	Gros appareils ménagers	28
111.39	104.45	130.92	212.18	87.02	69.99	Télévision, radio et musique	29
93.14	89.86	123.18	223.38	67.32	71.11	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
96.92	107.06	105.55	142.46	70.71	67.01	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
100.05	112.13	98.78	100.63	67.44	69.59	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
99.87	80.88	139.35	311.73	46.83	52.35	Bijouterie	33
60.09	100.24	231.65	383.77	34.02	37.83	Jouets et jeux	34
83.44	79.40	109.20	194.64	72.58	56.73	Articles de sport et valises	35
107.65	87.32	126.37	241.57	75.00	68.82	Papeterie, livres et revues	36
90.76	119.96	124.13	137.57	73.07	68.10	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
97.16	100.49	111.65	146.87	84.22	79.92	Repas et casse-croûtes	38
98.75	110.93	136.45	132.29	83.97	78.66	Services et travaux de réparation	39
82.55	90.61	96.46	161.17	68.14	67.59	Tous autres rayons	40
101.89	101.31	123.87	182.98	72.42	67.48	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

TABLE 31. Department Store Stocks, MCD and Seasonal Factors, 1982 and 1983

No.	Department	1982						
		MCD	March	April	May	June	July	August
		MDC	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4	106.88	120.38	111.23	85.62	91.70	87.62
2	Women's and misses' coats and suits	4	85.51	78.45	66.95	68.32	126.89	132.10
3	Women's and misses' sportswear	3	103.59	118.58	114.51	93.12	101.61	99.34
4	Furs	5	78.68	85.55	86.78	82.52	93.18	109.49
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	4	88.94	109.33	103.09	90.24	122.61	105.60
6	Girls' and teenage girls' wear	3	94.26	109.34	107.73	89.61	122.76	110.24
7	Lingerie and women's sleepwear	4	94.60	111.97	109.79	90.32	93.94	100.43
8	Intimate apparel	3	94.93	101.43	107.26	91.55	97.47	99.69
9	Millinery
10	Women's and girls' hosiery	4	97.26	107.71	108.86	93.49	102.01	112.52
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	3	94.91	107.60	103.71	87.34	94.83	96.11
12	Women's, misses' and children's footwear	3	101.74	112.77	107.63	96.95	105.48	109.53
13	Men's clothing	3	93.88	101.36	101.78	81.92	96.30	116.13
14	Men's furnishings	4	92.75	107.76	108.80	88.86	100.13	102.18
15	Boys' clothing and furnishings	4	88.38	102.11	95.76	89.12	122.87	98.47
16	Men's and boys' footwear	4	100.32	112.00	112.48	94.76	102.09	104.18
17	Food and kindred products
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	90.73	105.78	104.61	92.52	96.78	89.14
19	Photographic equipment and supplies	4	85.96	102.69	104.38	86.47	97.10	93.04
20	Piece goods	4	100.43	106.76	104.24	96.64	101.31	102.53
21	Linens and domestics	3	97.85	109.68	112.50	102.78	97.69	93.42
22	Smallwares and notions	4	91.93	109.00	114.31	106.84	110.72	102.60
23	China and glassware	3	94.56	101.78	104.80	95.79	98.87	99.14
24	Floor coverings	3	95.85	102.52	104.51	103.14	101.85	101.86
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	97.99	107.54	108.90	97.38	101.70	96.76
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	95.90	101.70	110.58	99.97	102.59	104.11
27	Furniture	3	100.61	110.49	111.01	102.24	99.16	94.15
28	Major appliances	4	103.80	108.03	104.36	95.56	95.17	88.57
29	Television, radio and music	3	97.55	106.67	103.90	96.79	94.74	94.26
30	Housewares and small electrical appliances	3	97.78	109.84	108.35	98.41	99.49	97.67
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	3	96.88	107.30	106.63	93.31	95.67	97.21
34	Toys and games	4	81.93	95.61	91.31	80.77	86.97	106.79
35	Sporting goods and luggage	4	93.88	114.43	116.58	96.89	98.32	96.87
36	Stationery, books and magazines	4	86.97	100.25	107.35	96.00	105.67	106.11
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies
38	Meals and lunches
39	Repairs and services
40	All other departments
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2	95.32	106.17	106.47	93.57	101.35	100.34

TABLEAU 31. Stocks des grands magasins, MDC et coefficients de corrections des variations saisonnières, 1982 et 1983

1982		1983				Rayon	N°
September	October	November	December	January	February		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février		
84.23	117.96	115.58	90.13	89.88	98.82	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
133.55	152.38	122.79	77.03	70.87	84.64	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
86.67	113.07	114.13	79.62	82.92	92.89	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
115.63	131.27	123.74	107.59	97.80	87.88	Fourrures	4
94.99	118.41	108.37	89.28	83.33	85.99	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
98.51	119.47	113.67	72.03	73.90	88.55	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
92.09	133.47	134.34	77.53	78.28	83.08	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
83.29	108.22	118.66	100.71	100.95	95.88	Sous-vêtements	8
***	***	***	***	***	***	Chapeaux	9
92.58	108.94	107.81	86.05	90.53	92.43	Bas pour dames et fillettes	10
89.34	132.55	134.65	83.38	84.91	90.86	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
92.79	110.72	99.15	90.35	82.01	90.73	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
99.15	128.29	121.95	91.17	76.06	91.85	Vêtements pour hommes	13
98.50	132.80	120.80	75.40	83.82	88.21	Articles d'habillement pour hommes	14
97.75	130.80	111.05	80.75	86.36	96.76	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
92.20	121.50	106.46	88.13	80.87	84.98	Chaussures pour hommes et garçons	16
***	***	***	***	***	***	Produits alimentaires et connexes	17
86.74	125.97	132.39	89.39	101.00	84.98	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
86.28	134.73	132.50	88.30	98.95	89.42	Appareils et fournitures photographiques	19
90.59	108.45	101.41	98.57	90.17	98.98	Tissus à la pièce	20
82.16	106.33	109.00	99.91	90.77	97.77	Literie et linge de maison	21
89.71	102.91	95.46	101.27	88.65	86.46	Menus articles	22
91.20	110.44	117.80	107.64	88.85	89.23	Porcelaine et verrerie	23
87.59	103.62	96.28	108.63	99.34	94.57	Revêtements de plancher	24
85.35	105.98	101.05	102.31	95.58	99.35	Tentures, rideaux et housses	25
91.52	120.75	112.05	82.76	87.98	89.86	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
82.82	98.91	99.38	110.09	94.73	96.45	Meubles	27
79.99	103.37	108.60	109.15	98.55	104.39	Gros appareils ménagers	28
86.24	110.98	119.24	103.96	94.56	91.05	Télévision, radio et musique	29
90.71	113.46	115.09	86.98	91.49	90.44	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
***	***	***	***	***	***	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
***	***	***	***	***	***	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
86.57	118.05	124.57	90.49	89.95	93.58	Bijouterie	33
124.87	176.47	134.89	55.78	85.08	79.85	Jouets et jeux	34
96.56	130.58	112.81	85.51	74.43	83.24	Articles de sport et valises	35
96.24	124.99	123.82	79.68	89.16	83.78	Papeterie, livres et revues	36
***	***	***	***	***	***	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
***	***	***	***	***	***	Repas et casse-croûtes	38
***	***	***	***	***	***	Services et travaux de réparation	39
***	***	***	***	***	***	Tous autres rayons	40
92.06	118.52	114.38	92.35	88.70	90.82	TOTAL, TOUS RAYONS	41

LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

MAJOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS TRADITIONNELS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland
Bowring Bros. Ltd., 281 Water St., St. John's, Newfoundland
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., 4910-50th St., Lloydminster, Saskatchewan
Ogilvy, Charles, Ltd., 126 Rideau St., Ottawa, Ontario
Ogilvy's, James A., Ltd., Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario
Robinson, The G.W., Co. Ltd., 18 James St., Hamilton, Ontario
Simpsons Ltd., 401 Bay St., Toronto, Ontario
Simpson Sears Ltd., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
Smith & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario
Woodward Stores (Alta.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia
Woodward Stores (B.C.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

JUNIOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS POPULAIRES

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
Sentry Dep't. Stores Ltd., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario
Steinberg Inc., Miracle Mart Division, 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario
Zeller's Ltd., 5250 Decarie Blvd., Montréal, Québec

SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Merchandising and Services Division in the Retail Trade sector.

Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil. 36 pp. First Issue, 1938. (ISSN 0380-7045).

Total sales and number of outlets, by province and selected metropolitan area, and sales and inventories by department, Canada.

- 63-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil. 1 pp. First Issue, 1950. (ISSN 0709-8650).

Total sales and percentage changes of sales, by region.

- 63-005 Retail Trade. Monthly. Bil. Approx. 65 pp. First Issue, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total retail sales by province and kind of business, for chain and independent stores; seasonally adjusted sales, Canada.

- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil. Approx. 15 pp. First Issue, 1932. (ISSN 0705-5595).

Number and value of new passenger cars, trucks and buses sold by province and by origin (Canada and U.S. or imported). Monthly unit sales, by type and origin, seasonally adjusted.

- 63-014 Merchandising Inventories. M. Bil. 24 pp. First Issue, 1972. (ISSN 0380-7177).

Inventories and stocks/sales ratios, by type of trade for wholesale, by department for department stores, by kind of business for chain stores and independent stores: quarterly percentage changes for independent stores by kind of business.

- 63-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil. Approx. 74 pp. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total retail sales by chain and department stores including data on floor area, inventory and accounts receivable.

CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division du commerce et des services.

Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil. 36 pages. Premier numéro, 1938. (ISSN 0380-7045).

Ventes totales et nombre de points de ventes par provinces et certaines régions métropolitaines, ventes et stocks par rayon, Canada.

- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil. 1 page. Premier numéro, 1950. (ISSN 0709-8650).

Variations en pourcentage et ventes par région.

- 63-005 Commerce de détail. Mensuel. Bilingue. Environ 65 pages. Premier numéro, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total des ventes au détail par province et genre de commerce, pour les magasins à succursales et les magasins indépendants; chiffres désaisonnalisés, Canada.

- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil. Environ 15 pages. Premier numéro, 1932. (ISSN 0705-5595).

Nombre et valeur des voitures particulières, des camions et des autobus neufs vendus par province et par lieu d'origine (Canada et É.-U. ou importés). Ventes unitaires mensuelles selon le type et l'origine, après désaisonnalisation.

- 63-014 Stocks commerciaux. M. Bil. 24 pages. Premier numéro, 1972. (ISSN 0380-7177).

Stocks et rapports stocks/ventes, par genre de commerce pour le commerce de gros, par rayon pour les grands magasins et par genre de commerce pour les magasins à succursales et magasins indépendants: variations trimestrielles en pourcentage pour les magasins indépendants suivant le genre de commerce.

- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil. Environ 74 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total des ventes au détail pour les magasins à succursales et les grands magasins, incluant des données sur la superficie total, des stocks, et comptes à recevoir.

Catalogue

- 63-213 Vending Machine Operators. A. Bil. 21 pp. First Issue, 1958. (ISSN 0527-6411).

Sales of merchandise through automatic vending machines, by type of machine and location, Canada and provinces.

- 63-218 Direct Selling Canada. A. Bil. 14 pp. First Issue, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Sales of various commodities by method of distribution; door-to-door, mail order, etc.

- 63-219 Campus Book Stores, A. Bil. Approx. 8 pp. First Issue, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Retail sales by commodities, employees and payroll, by regions, provinces and Canada, for academic years.

- 63-224 Market Research Handbook. A. Bil. 700 pp. First Issue, 1975. (ISSN 0590-9325).

The data cover such topics as general economic indicators, population characteristics, personal income and expenditure and household facilities.

- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil. 695 pp. (ISBN 0-660-506-13-0). The publication provides revised retail trade estimates for the years 1972 to 1979, both unadjusted and seasonally adjusted and also sections on definitions, concepts, classifications, methodology and data reliability.

Operating Results - Retail Trades. O. Bil. 29 pp. First Issue, 1974.

Reports in the Operating Results series contain ratios (percentages of net sales) for: purchases, inventories, cost of goods sold, gross profit, operating expense items and net profit.

Catalogue

- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A. Bil. 21 pages. Premier numéro, 1958. (ISSN 0527-6411).

Ventes de marchandise selon le genre de machine et l'emplacement, Canada et provinces.

- 63-218 La vente directe au Canada. A. Bil. 14 pages. Premier numéro, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Ventes de divers produits, par mode de distribution: démarchage, poste, etc.

- 63-219 Librairies de campus. A. Bil. Environ 8 pages. Premier numéro, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Ventes au détail par article, ainsi que nombre d'employés et la paye, par région, par province et au Canada par année scolaire.

- 63-224 Manuel statistique pour études de marché. A. Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975. (ISSN 0590-9325).

Les données portent sur des sujets tels que les indicateurs économiques généraux, les caractéristiques de la population, le revenu et les dépenses des particuliers et l'équipement ménager.

- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H. Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0). Cette publication contient des données brutes et désaisonnalisées, révisées de 1972 à 1979, des sections sur les définitions, les concepts de classement, la méthodologie ainsi que des renseignements sur la fiabilité des données.

Résultats d'exploitation - Commerce de détail. H. Bil. 29 pages. Premier numéro, 1974.

Les bulletins de la série des Résultats de l'exploitation contiennent des ratios (pourcentages des ventes nettes) pour les achats, les stocks, le coût des biens vendus, les bénéfices bruts, les dépenses d'exploitation et les bénéfices nets.

Catalogue

The following reports on Operating Results are available.

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1979
- 63-604 Independent Women's Retail Clothing Stores, 1975
- 63-605 Independent Retail Hardware Stores, 1976
- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977
- 63-607 Retail Drug Stores, 1978
- 63-608 Retail Florists, 1979
- 63-609 Independent Retail Jewellery Stores, 1978
- 63-610 Retail Hardware Stores, 1980
- 63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980
- 63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. - Monthly A.- Annual Bil.- Bilingual
O.- Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available free on request from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue

Les publications suivantes sur les résultats d'exploitation sont maintenant disponibles.

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1979
- 63-604 Magasins indépendants de vente au détail de vêtements pour dames, 1975
- 63-605 Magasins indépendants de vente au détail de quincaillerie, 1976
- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977
- 63-607 Pharmacies au détail, 1978
- 63-608 Magasins de fleuristes, vente au détail, 1979
- 63-609 Magasins indépendants de vente au détail de bijouterie, 1978
- 63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980
- 63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980
- 63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980

M. - Mensuel A.- Annuel Bil.- Bilingue
H.- Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et social du Canada. On peut se procurer gratuitement un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Department store sales and stocks

October 1982

Ventes et stocks des grands magasins

Octobre 1982



Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Merchandising and Services Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V4 (Telephone: 996-9304) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Winnipeg (949-4020)
Halifax (426-5331)	Regina (359-5405)
Montréal (283-5725)	Edmonton (420-3027)
Ottawa (992-4734)	Vancouver (666-3691)
Toronto (966-6586)	

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zenith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by Northwestel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by Northwestel Inc.)	Zenith 2-2015

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division du commerce et des services,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V4 (téléphone: 996-9304) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Winnipeg (949-4020)
Halifax (426-5331)	Regina (359-5405)
Montréal (283-5725)	Edmonton (420-3027)
Ottawa (992-4734)	Vancouver (666-3691)
Toronto (966-6586)	

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la Northwestel Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la Northwestel Inc.)	Zénith 2-2015

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes et de la distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Statistics Canada
Merchandising and Services Division
Retail Trade Section

Statistique Canada
Division du commerce et des services
Section du commerce de détail

Department store sales and stocks

October 1982

Ventes et stocks des grands magasins

Octobre 1982

Published under the authority of
the Minister of Supply and
Services Canada

Statistics Canada should be credited when
reproducing or quoting any part of this document

© Minister of Supply
and Services Canada 1983

January 1983
5-3406-503

Price: Canada, \$3.00, \$30.00 a year
Other Countries, \$3.60, \$36.00 a year

Catalogue 63-002, Vol. 47, No. 10

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

Reproduction ou citation autorisée sous réserve
d'indication de la source: Statistique Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1983

Janvier 1983
5-3406-503

Prix: Canada, \$3.00, \$30.00 par année
Autres pays, \$3.60, \$36.00 par année

Catalogue 63-002, vol. 47, n° 10

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or, in this publication less than half unit expressed.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM staff, Current Economic Analysis Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-995-7406), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou, dans la présente publication, inférieur à la moitié de l'unité exprimée.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de support sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM, Division de l'analyse de conjoncture Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-995-7406), ou aux conseillers régionaux de bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	vii
Definitions	viii
Methodology	ix
Data Reliability	x
Non-sampling Errors	x
Non-sampling Error Measures	xi
Seasonal Adjustment	xiii
Explanatory Notes	xiv

Charts

1. Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982	xvii
2. Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982	xvii
3. Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1980-1982	xviii
4. Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1980-1982	xix
5. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1980-1982	xix
6. Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization	xx

Highlights	xxi
-------------------	-----

Table

1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982	2
---	---

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	vii
Définitions	viii
Méthodologie	ix
Fiabilité des données	x
Erreurs non liées à l'échantillonnage	x
Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage	xi
Désaisonnalisation	xiii
Notes explicatives	xiv

Graphiques

1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1980-1982	xvii
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1980-1982	xvii
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail Total, par mois, Canada, 1980-1982	xviii
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1980-1982	xix
5. Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982	xix
6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisation	xx

Points saillants	xxi
-------------------------	-----

Tableau

1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	2
---	---

TABLE OF CONTENTS - Continued

TABLES DES MATIÈRES - suite

Table	Page
2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982	4
3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982	6
4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	6
5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982	8
6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	8
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982	10
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	10
9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982	12
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	12
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982	14
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	14
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982	16
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	16
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982	18
16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982	19
17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	19

Tableau	Page
2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1981 et 1982	4
3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1981 et 1982	6
4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	6
5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982	8
6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	8
7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982	10
8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	10
9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1981 et 1982	12
10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	12
11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982	14
12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	14
13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982	16
14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	16
15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	18
16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1981 et 1982	19
17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	19

TABLE OF CONTENTS - Continued

Table	Page
18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982	20
19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	20
20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982	21
21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	21
22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981 and 1982	22
23. Department Store Monthly Sales as a Percentage of Total Retail Trade, by Province, 1981 and 1982	23
24. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1981 and 1982	24
25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982	26
26. Department Store Monthly Stock-Sales Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982	28
27. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, 1981 and 1982	30
28. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1980-1982	32
29. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982	32
30. Department Store Sales, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1982 and 1983	34
31. Department Store Stocks, MCD and Seasonal Factors, 1982 and 1983	36
List of Department Store Organizations	38
Selected Publications	39

TABLES DES MATIÈRES - suite

Tableau	Page
18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982	20
19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	20
20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982	21
21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	21
22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981 et 1982	22
23. Proportions procentuelles mensuelles des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province, 1981 et 1982	23
24. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	24
25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1981 et 1982	26
26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	28
27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	30
28. Montants à recevoir, non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982	32
29. Montants à recevoir, désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982	32
30. Ventes des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1982 et 1983	34
31. Stocks des grands magasins, MDC et coefficients de corrections des variations saisonnières, 1982 et 1983	36
Liste des organisations de grands magasins	38
Choix de publications	39

INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services. A "List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Merchandising and Services Division, to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments", however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the marketplace as one structure, rather than as a number of smaller stores.

INTRODUCTION

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division du commerce et des services. (Bien que le recensement mesure également les activités des "établissements", cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement unique et non comme un regroupement de petits magasins.

Definitions

Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics. It must sell the following general lines of merchandise:

Family clothing and apparel. This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least six of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

Furniture, appliance and home furnishings. This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least four of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

All other (miscellaneous). This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, such as: toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at

Définitions

Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada, un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes:

Vêtements pour la famille. Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes, manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; article d'habillement pour hommes; vêtements et article d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins six des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou article d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20% des ventes globales du magasin doivent se faire dans le groupe de vêtements pour la famille.

Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager. Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine et verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de séjour, salle à manger ou chambre à coucher; gros appareils, télévision, radio et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins quatre des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être des meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10 % des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

Tous autres articles (divers). Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus, telles que: articles de toilette, cosmétiques, médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus articles; bijouterie; articles de sport et valise; papeterie, livres et revues; et aliment

least **three** different commodity lines with not one of these lines representing more than 50% of the **total** store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

Total net sales and receipts are defined as the total sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

Stocks are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or as at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

Accounts receivable are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

Junior Department Stores are defined as retailing entities which sell the same wide range of goods (see department store definition) that are sold in the more traditional (major) department stores and are popularly described as discount operations.

Methodology

The **monthly sales values**, published at the Canada, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The **monthly sales values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdown of sales. The percentage

Nota: Le magasin doit tenir au moins **trois** des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50% des ventes **globales** du magasin. Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

Les **ventes et recettes nettes totales** sont définies comme le total des ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

Les **stocks** englobent la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

Par **comptes à recevoir** on entend les comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dus en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

Les **grands magasins populaires** sont définis comme étant des points de ventes au détail qui offre la même vaste gamme d'articles (voir la définition d'un grand magasin) que les grands magasins traditionnels et qui sont généralement considérés comme des magasins à prix réduits.

Méthodologie

Le **chiffre des ventes mensuelles**, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des sociétés de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100%, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le **chiffre des ventes mensuelles par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes. La répartition en pourcentage des ventes

distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada sales total in order to provide an estimate of sales by department at the Canada level.

The **monthly stock values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sales ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The **monthly accounts receivable values**, published at the Canada level, are based on a panel of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

Data Reliability

Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

Data response error. This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

par rayon obtenues auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des ventes totales pour le pays afin d'établir une estimation des ventes par rayon pour l'ensemble du Canada.

Le **chiffre des stocks mensuels par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le **chiffre des comptes à recevoir mensuel** pour l'ensemble du pays provient des sociétés de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtes retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.

Fiabilité des données

Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ couvert par l'enquête. L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou aux variations, d'un interviewer à l'autre et selon le mode de communication retenu, dans l'explication des questions et dans l'interprétation des réponses.

Non-response error. Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

Processing error. These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error. Two response measures are derived, namely, the **response rate**, which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data.

The units used in the Department Store Sales and Stocks Survey for derivation of the response rate is based on (1) the survey unit - the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations and (2) the organizational unit - the department store firm (company) themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in Ontario would be considered as one survey

La non-réponse. Certains enquêtés refusent de répondre, d'autres en sont incapables et d'autres encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, si elles existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

Le traitement. L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. S'agissant des estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreur. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) les unités d'enquête - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) les unités organisationnelles - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'en-

unit and one organizational unit while a firm reporting for five stores in Vancouver, 10 in British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as three survey units but only one organizational unit.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example, a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

quête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins. Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités organisationnelles dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités représentent \$8 millions sur l'estimation publiée de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation dans un tel cas, il faudrait tenir compte des deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1982
October

TABEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1982
Octobre

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	99.1	96.0	99.8
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	52.0	87.2
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	36.0	62.3
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	87.5	99.8

Seasonal Adjustment

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time."⁽¹⁾ In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal (variations) and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method⁽²⁾ to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these operations have been repeated several times.⁽³⁾

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements; to get a better

Désaisonnalisation

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps"⁽¹⁾. L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles; la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI⁽²⁾ afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolation prospective et retrospective réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressif à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises⁽³⁾.

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent être de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure

¹ "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," *Canada Statistical Review*, August 1974.

² For further information see the *X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method*, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

³ See next page.

⁽¹⁾ La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la *Revue statistique du Canada*, Août 1974.

⁽²⁾ Pour plus ample information voir *La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI*, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, no. 12-564F au catalogue, hors série.

⁽³⁾ Voir page suivante.

idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.(3) The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Constant Dollar Estimate

To obtain constant dollar estimates of total department store sales (Text Table II), estimates of sales by department group are deflated using department group implicit price indices supplied by the Industry Product Division of Statistics Canada. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The published price index is an implicit index calculated by dividing the total current dollar sales estimate by the total constant dollar sales estimate.

Explanatory Notes

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

(3) See Tables 30 and 31.

idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, ils disposent des mois à dominance cyclique, ou MDC.(3) Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieure à l'unité; autrement dit, c'est la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable et indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées dont la période est égale au MDC tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Estimations en dollars constants

Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants (tableau explicatif II), les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées au moyen des indices implicites de prix appropriés fournis par la Division du produit industriel de Statistique Canada. Les estimations de ces groupes de rayons, ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'indice des prix qui est publié est un indice implicite obtenu en divisant le chiffre estimatif des ventes totales en dollars courants par l'estimation correspondante en dollars constants.

Notes explicatives

Les variations des ventes en pourcentage donnée dans la présente publication est fondée sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elle tient compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elle ne se limite pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

(3) Voir les tableaux 30 et 31.

TEXT TABLE II. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1980-1982

TABLEAU EXPLICATIF II. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1980-1982

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year per cent change	Constant 1971 dollars unadjusted	Year/year per cent change
Période	Indice des prix	Dollars courants non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1971 non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année
		'000	%	'000	%
1980:					
January - Janvier	168.3	562,328	+ 16.2	334,122	+ 6.3
February - Février	172.4	521,533	+ 15.9	302,513	+ 5.6
March - Mars	174.0	618,539	+ 1.1	355,482	- 8.4
April - Avril	176.3	684,365	+ 12.5	388,182	+ 1.9
May - Mai	178.7	767,974	+ 11.9	429,756	+ 0.9
June - Juin	179.2	692,120	+ 2.0	386,228	- 7.9
July - Juillet	178.1	709,231	+ 14.1	398,221	+ 3.2
August - Août	180.0	731,863	+ 3.7	406,591	- 6.3
September - Septembre	181.0	805,650	+ 11.4	445,110	+ 1.1
October - Octobre	181.9	824,123	+ 11.2	453,064	+ 1.5
November - Novembre	184.3	990,566	+ 7.6	537,475	- 2.0
December - Décembre	184.1	1,458,479	+ 12.1	792,221	+ 2.3
Year - Année	179.1	9,366,771	+ 9.8	5,228,965	- 0.9
1981:					
January - Janvier	185.2	643,821	+ 14.5	347,636	+ 4.0
February - Février	189.3	568,767	+ 9.1	300,458	- 0.7
March - Mars	190.0	688,718	+ 11.3	362,483	+ 2.0
April - Avril	192.1	793,595	+ 16.0	413,116	+ 6.4
May - Mai	193.5	822,881	+ 7.1	425,261	- 1.0
June - Juin	193.3	835,934	+ 20.8	432,454	+ 12.0
July - Juillet	193.2	757,743	+ 6.8	392,207	- 1.5
August - Août	195.2	786,492	+ 7.5	402,915	- 0.9
September - Septembre	195.7	848,390	+ 5.3	433,516	- 2.6
October - Octobre	198.1	892,549	+ 8.3	450,555	- 0.6
November - Novembre	199.0	1,036,498	+ 4.6	520,853	- 3.1
December - Décembre	198.1	1,542,685	+ 5.8	778,741	- 1.7
Year - Année	194.3	10,218,073	+ 9.1	5,260,195	+ 0.6
1982:					
January - Janvier	198.6	600,079	- 6.8	302,155	- 13.1
February - Février	204.8	577,906	+ 1.6	282,181	- 6.1
March - Mars	204.1	694,447	+ 0.8	340,248	- 6.1
April - Avril	206.4	791,728	- 0.2	383,589	- 7.1
May - Mai	208.5	811,119	- 1.4	389,025	- 8.5
June - Juin	207.4	790,742	- 5.4	381,264	- 11.8
July - Juillet	205.7	763,975	+ 0.8	371,402	- 5.3
August - Août	206.8	775,460	- 1.4	374,981	- 6.9
September - Septembre	..	859,926	+ 1.4
October - Octobre	..	859,089	- 3.7
November - Novembre					
December - Décembre					
Year - Année					

The stock-sales ratios(4) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stocks ratios(5) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table III for the number of shopping days the current publication is based on.

(4) See Table 26.

(5) See Table 27.

On obtient les ratios stocks-ventes(4) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks(5) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement.

La liste de référence des marchandises, qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

Les chiffres révisés des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif II donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

(4) Voir tableau 26.

(5) Voir tableau 27.

TEXT TABLE III. Number of Shopping Days, by Month, 1981 and 1982

TABLEAU EXPLICATIF III. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1981 et 1982

	1982		1981	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	25	5	26	5
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	27	4	26	5
April - Avril	25	4	25	4
May - Mai	26	5	26	5
June - Juin	26	4	26	4
July - Juillet	26	5	26	4
August - Août	26	4	25	5
September - Septembre	25	4	25	4
October - Octobre	25	5	26	5
November - Novembre	26	4	25	4
December - Décembre	26	3	26	4

Chart — 1
Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982
Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1980-1982

Graphique — 1

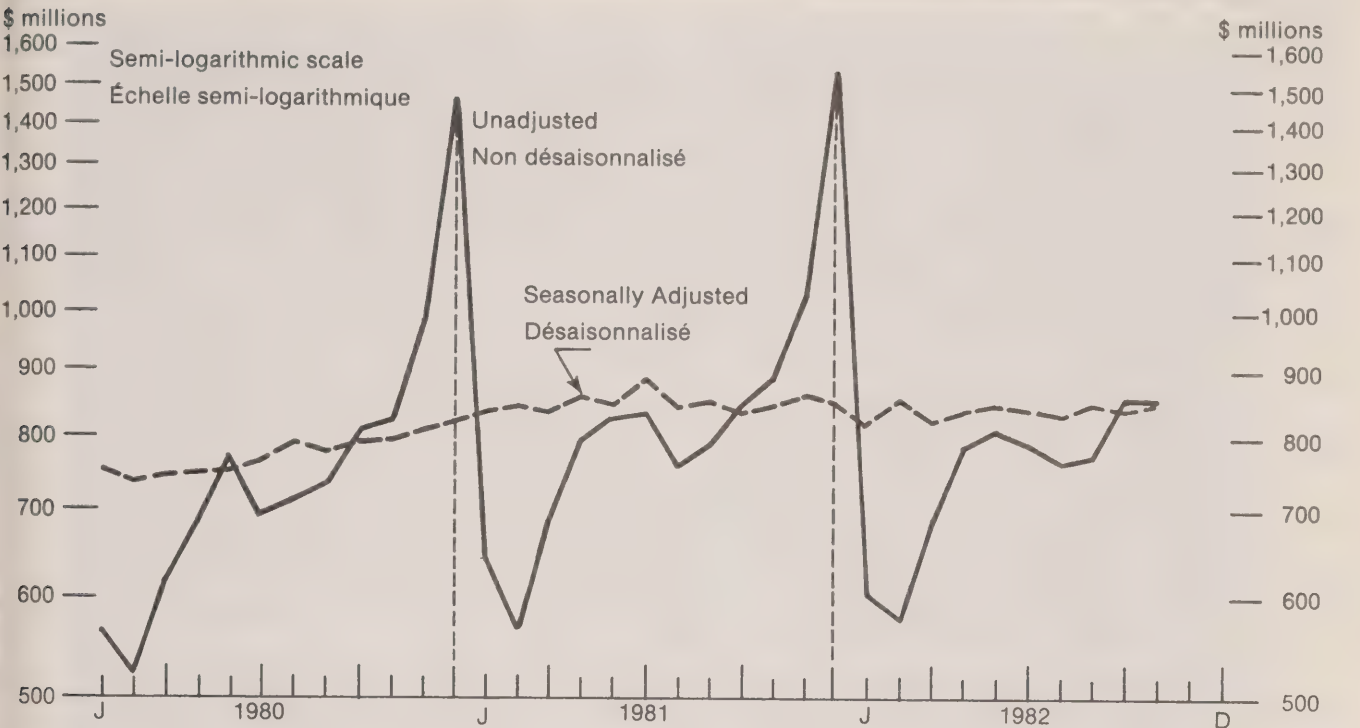


Chart — 2
Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982
Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1980-1982

Graphique — 2

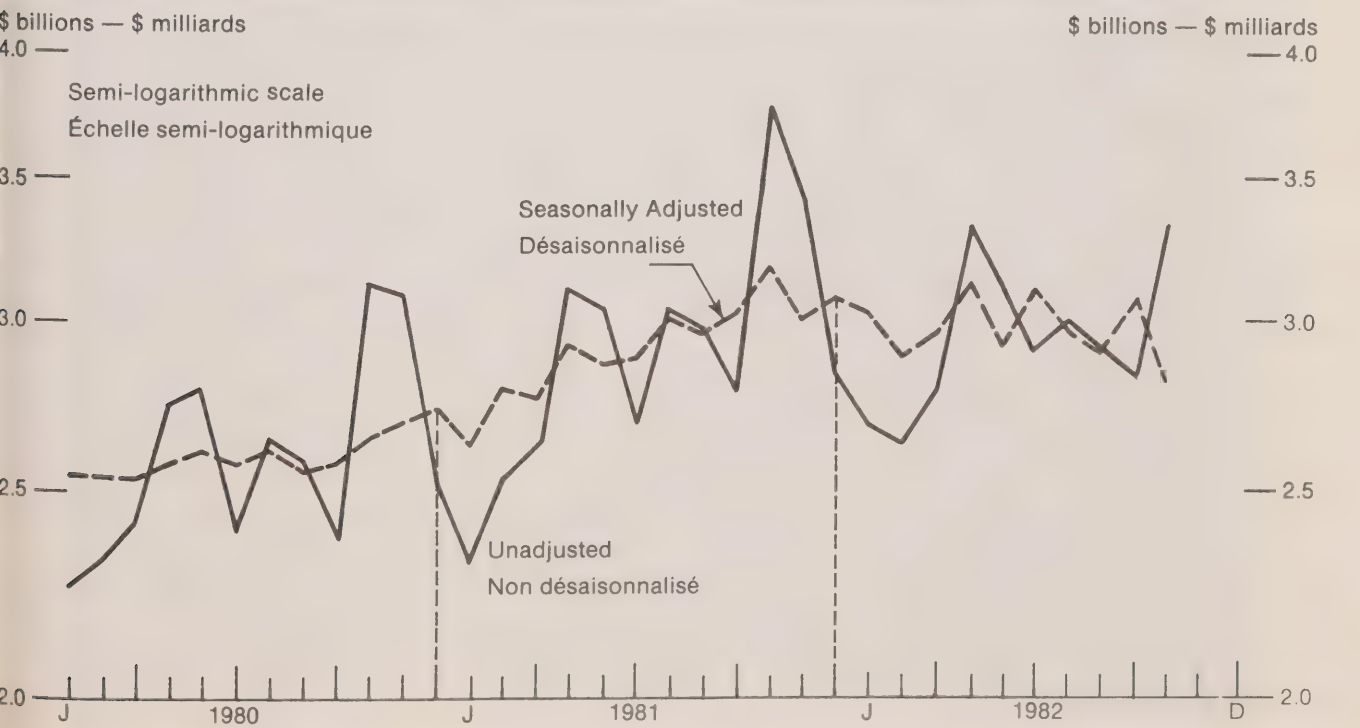


Chart — 3

Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1980-1982

Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1980-1982

\$ billions
\$ milliards
10.0

\$ billions
\$ milliards
10.0

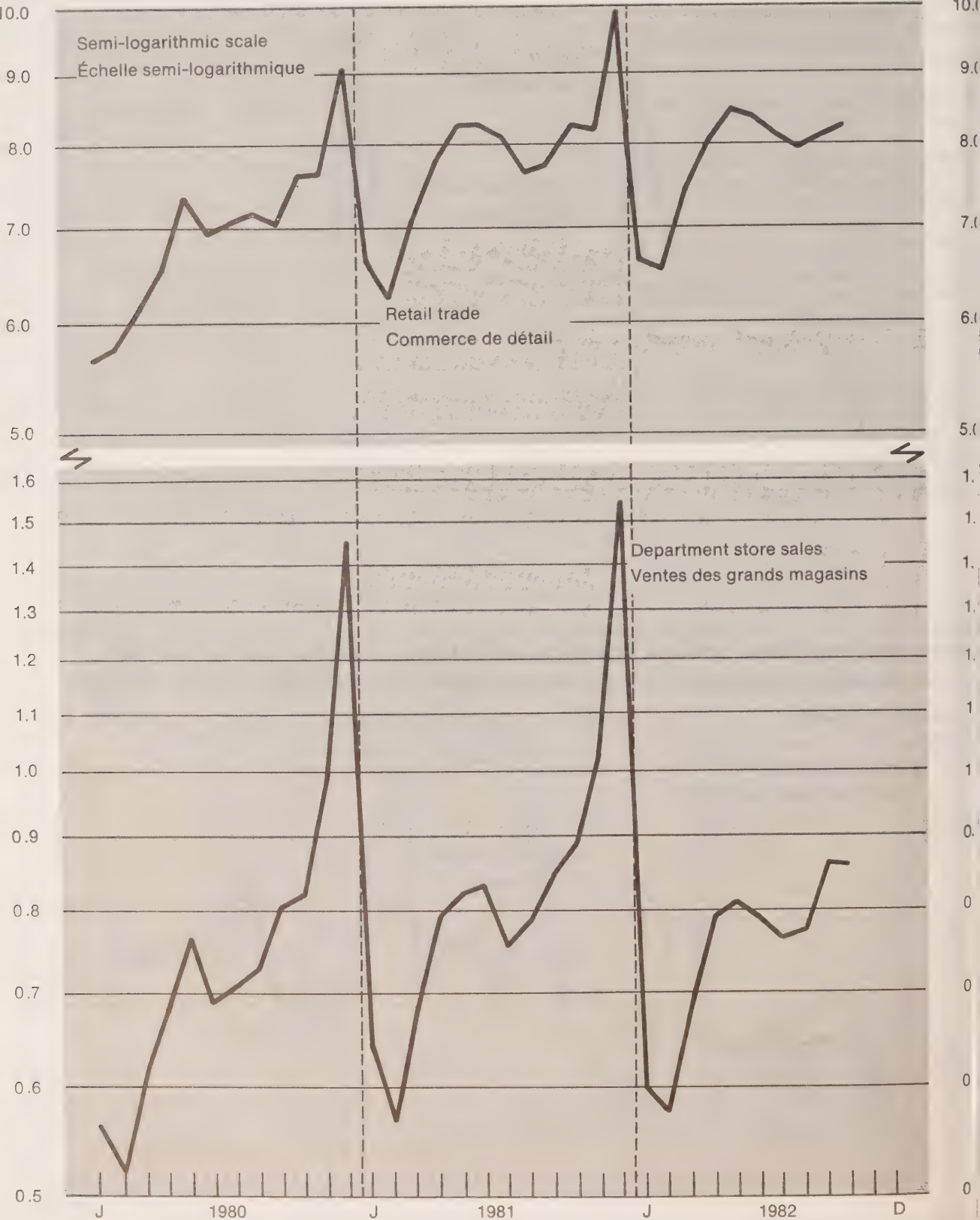


Chart — 4

Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1980 – 1982

Graphique — 4

Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1980 – 1982

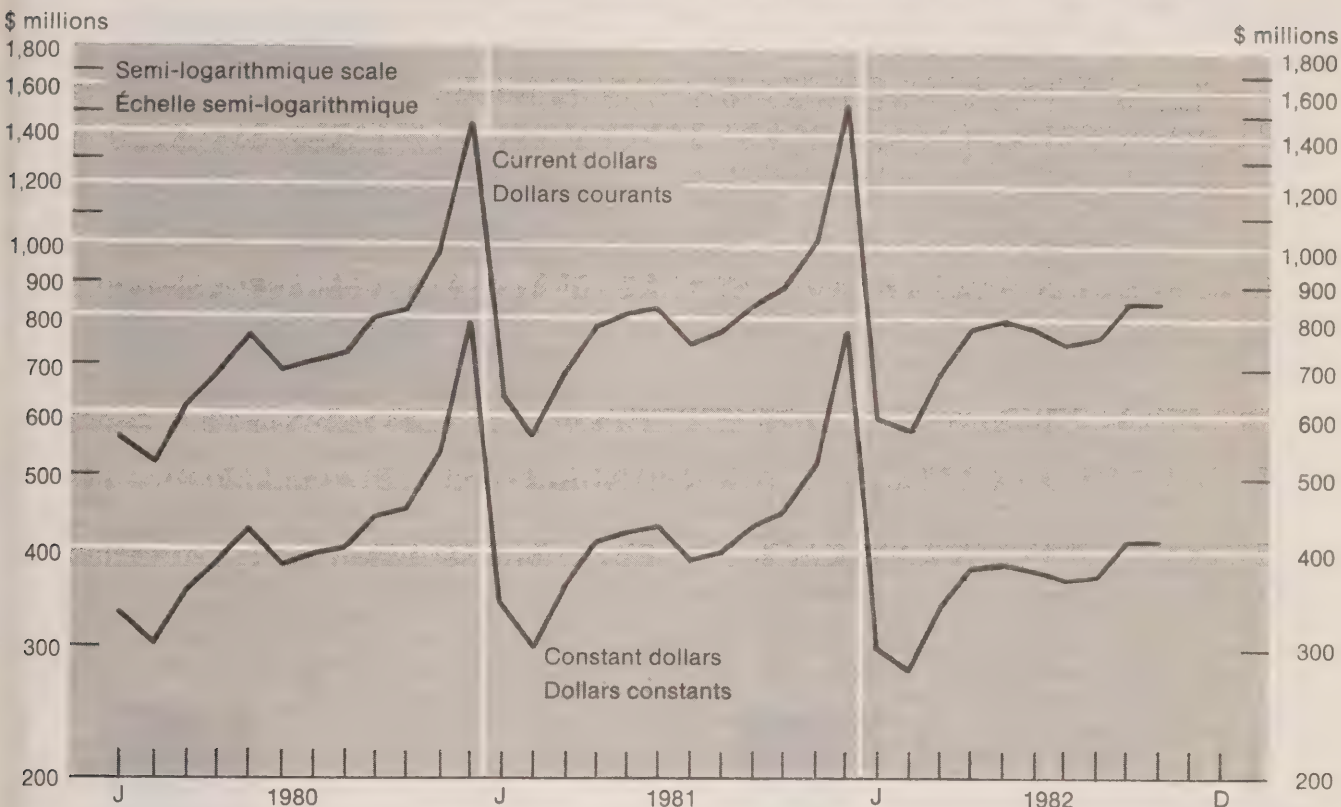


Chart — 5

Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1980-1982

Graphique — 5

Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982

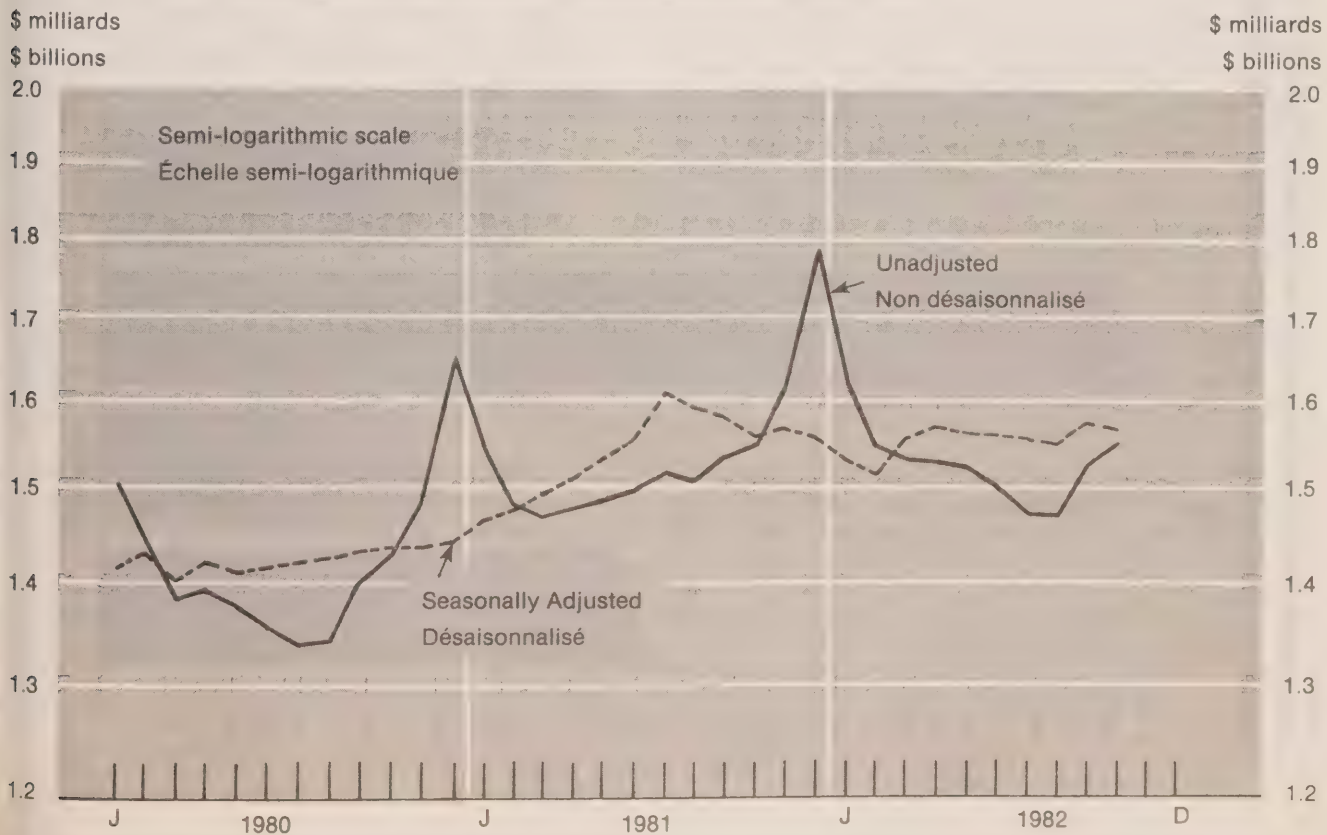
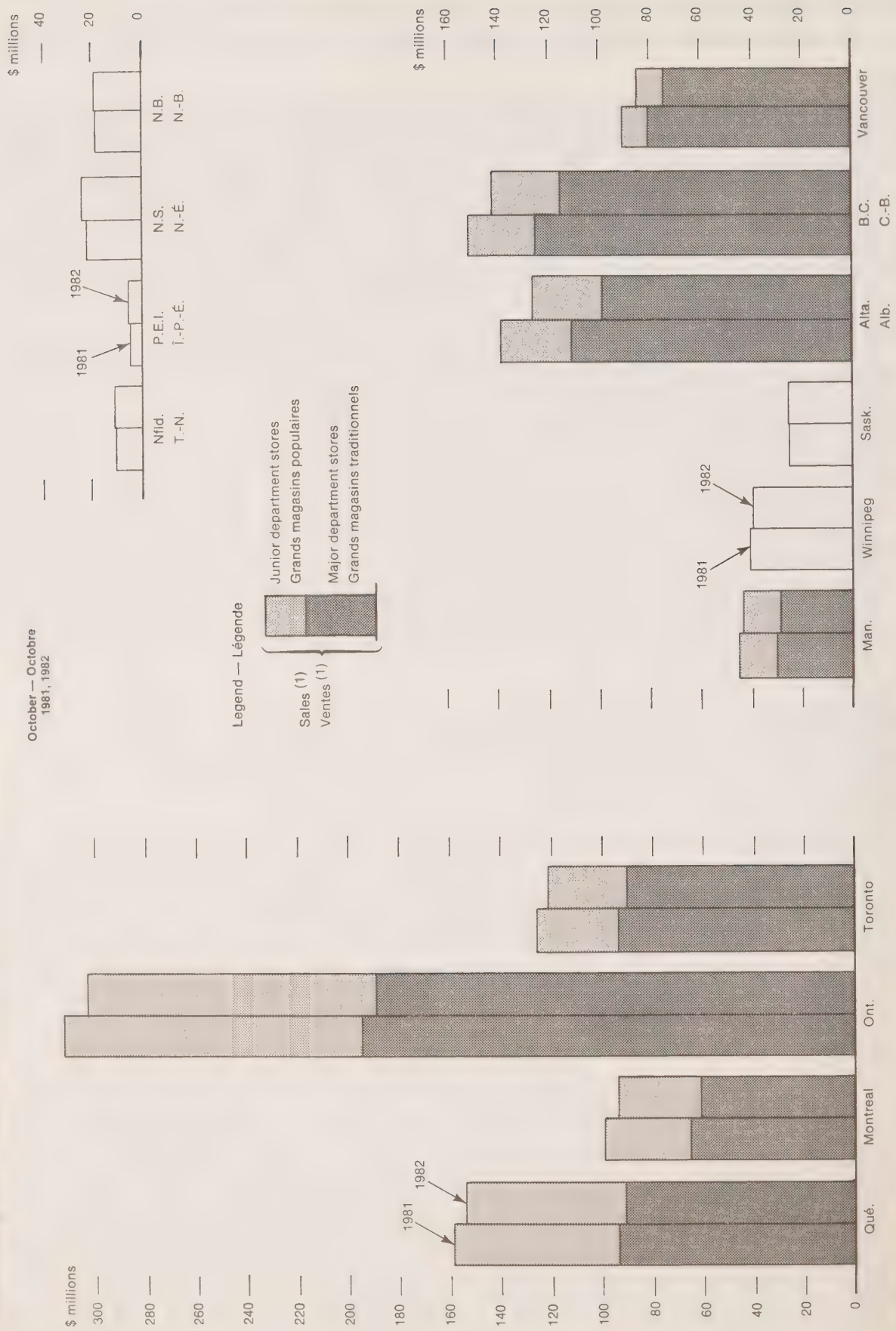


Chart — 6
Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization
Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations



(1) For reasons of confidentiality, the split between the two groups (Major—Junior) is not shown for some regions.

HIGHLIGHTS

The downward trend recorded in previous months in seasonally adjusted sales of department stores continued into October, 1982, with seasonally adjusted sales registering \$848.0 million, a meagre increase of 0.5% over September, 1982 sales. The largest decreases were reported in millinery (- 13.4%), sporting goods and luggage (- 7.5%) and women's and misses' sportswear (- 6.7%) while major sales increases were recorded in furs (+ 25.9%), housewares and small electrical appliances (+ 15.1%) and major appliances (+ 11.4%).

October, 1982 department store sales, without adjustment for seasonal variations, went down 3.7% over October, 1981 with sales of \$859.1 million. Sales increased in 11 of the 40 departments with the most notable gains in furs (+ 14.4%), repairs and services (+ 8.9%) and women's and girls' hosiery (+ 7.6%). The largest decreases were noticed in men's clothing (- 14.1%) and gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies (- 13.0%).

Sales of major department store organizations decreased 4.9% from October, 1981 to October, 1982 to \$562.7 million and junior department store organizations sales were 1.5% lower at \$296.4 million.

With the exception of the Atlantic provinces (up 7.5%), Saskatchewan (up 0.4%) and Yukon and Northwest Territories (up 1.5%), sales in the remaining provinces showed decreases ranging from 8.7% in Alberta to - 2.6% in Manitoba. Among the 10 metropolitan areas surveyed, Halifax-Dartmouth (+ 16.1%) reported the largest sales increase while the largest decrease was in Calgary (- 12.4%).

Total cumulative sales by department stores for the first ten months of 1982 totalled \$7,524.5 million, 1.5% lower than what was measured for the same period last year.

The retail value of stocks held in October, 1982, unadjusted, decreased 11.5% over last year to \$3,338.1 million. The season-

POINTS SAILLANTS

La tendance à la baisse manifestée au cours des mois précédents s'est maintenue au cours du mois d'octobre 1982 alors que les ventes désaisonnalisées des grands magasins ont montré une faible augmentation de 0.5% par rapport au mois de septembre 1982 pour totaliser \$848.0 millions. Les diminutions de ventes les plus appréciables ont été rapporté dans les départements de chapeaux (- 13.4%), d'articles de sports et valises (- 7.5%) et de vêtements sport pour dames et jeunes filles (- 6.7%), alors que les accroissements majeurs des ventes se retrouvent dans les départements des fourrures (+ 25.9%), d'articles de ménage et petits appareils électriques (+ 15.1%) et de gros appareils ménagers (+ 11.4%).

Au mois d'octobre 1982, les ventes sans ajustements saisonniers des grands magasins ont chuté de 3.7% par rapport à octobre, 1981 pour se chiffrer à \$859.1 millions. Les ventes se sont accrues dans 11 des 40 départements parmi lesquels les départements des fourrures (+ 14.4%), de services et travaux de réparation (+ 8.9%) et de bas pour dames et fillettes (+ 7.6%) ont montré les plus fortes augmentations. Les diminutions les plus remarquables ont été constaté dans les départements de vêtements pour hommes (- 14.1%), l'essence, huile et accessoires d'automobiles, réparations et fournitures (- 13.0%).

Les ventes des grands magasins traditionnels ont baissé de 4.9% d'octobre 1981 à octobre 1982 pour s'établir à \$562.7 millions et les ventes des organisations de grands magasins populaires ont été 1.5% inférieures avec \$296.4 million.

À l'exception des provinces atlantiques (en hausse de 7.5%), de la Saskatchewan (en hausse de 0.4%), du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest (en hausse de 1.5%), les ventes de toutes les autres provinces ont diminué, les baisses variant de - 8.7% en Alberta à - 2.6% au Manitoba. Des 10 régions métropolitaines enquêtées, Halifax-Dartmouth (+ 16.1%) a rapporté l'augmentation de ventes la plus significative alors que Calgary a enregistré la baisse la plus importante (- 12.4%).

Les ventes cumulatives totales des grands magasins pour les 10 premiers mois de 1982 ont totalisé \$7,524.5 millions soit 1.5% de moins que ce qui a été mesuré pour la même période l'année dernière.

La valeur au détail des stocks détenus au mois d'octobre 1982, non désaisonnalisée, a diminué de 11.5% par rapport à l'année dernière pour se

ally adjusted value of total October stocks was 8.3% lower than the previous month at \$2,816.5 million.

The number of retail locations of department stores increased by 3, from September to October, 1982 and reached 800 compared to 778 in October, 1981. Of this number, 343 locations were operated by major department store organizations and 457 by junior department store organizations.

The share of total department store sales of total retail trade in Canada declined from October, 1981 to October, 1982, decreasing from 10.8% to 10.3%.

chiffrer à \$3,338.1 millions. La valeur désaisonnalisée des stocks totaux d'octobre a baissé de 8.3% par rapport au mois précédent avec \$2,816.5 millions.

Le nombre de points de vente au détail des grands magasins s'est accrue de 3 du mois de septembre au mois d'octobre 1982 et il a atteint 800 comparativement à 778 en octobre 1981. De ce nombre, 343 points de vente étaient opérés par les organisations de grands magasins traditionnels et 457 par les organisations de grands magasins populaires.

La part des ventes des grands magasins dans le commerce de détail a diminué d'octobre 1981 à octobre 1982 en passant de 10.8% à 10.3%.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982

No.	Department	1982							
		January	February	March	April	May	June	July	August
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	June	Juillet	Août
		thousands of dollars milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,164	10,515	13,752	17,504	20,909	17,713	15,442	14,684
2	Women's and misses' coats and suits	10,424	9,982	14,248	14,442	7,239	5,514	6,852	16,922
3	Women's and misses' sportswear	25,164	29,081	39,553	46,006	50,966	43,691	42,236	43,786
4	Furs	4,191	3,399	2,942	682	584	600	1,743	1,744
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	15,429	15,318	19,462	24,022	21,728	19,975	20,559	25,310
6	Girls' and teenage girls' wear	7,450	9,932	15,209	16,916	15,631	13,812	13,200	22,918
7	Lingerie and women's sleepwear	8,947	10,269	12,327	15,114	16,169	14,963	15,370	13,048
8	Intimate apparel	6,663	6,620	8,473	9,821	10,002	9,781	9,298	9,326
9	Millinery	1,362	892	912	1,164	973	884	937	976
10	Women's and girls' hosiery	7,532	6,687	8,687	10,305	9,269	8,211	6,870	8,173
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	8,098	7,850	10,661	12,799	12,467	10,763	9,477	10,539
12	Women's, misses' and children's footwear	12,965	11,946	19,399	24,904	24,820	21,959	17,547	21,766
13	Men's clothing	22,428	20,974	31,839	32,873	31,956	34,822	24,905	27,990
14	Men's furnishings	21,340	20,470	26,494	30,679	32,116	41,477	31,437	32,116
15	Boys' clothing and furnishings	6,041	6,080	9,159	12,078	10,692	9,958	8,916	17,859
16	Men's and boys' footwear	9,287	7,882	11,630	16,039	15,822	15,145	11,615	13,300
17	Food and kindred products	48,298	56,337	50,655	59,920	57,659	49,657	50,769	56,810
18	Toiletries, cosmetics and drugs	33,472	33,602	38,125	41,291	40,212	40,368	40,718	40,417
19	Photographic equipment and supplies	9,033	7,960	9,824	11,189	11,046	13,690	13,730	13,210
20	Piece goods	3,866	3,848	4,921	4,760	4,558	4,016	3,589	4,435
21	Linens and domestics	23,688	14,543	18,188	19,863	20,828	24,776	26,567	24,419
22	Smallwares and notions	8,695	7,079	7,396	7,753	6,309	6,490	6,863	7,502
23	China and glassware	7,319	7,485	9,533	10,004	10,802	9,503	10,000	9,214
24	Floor coverings	9,052	9,638	11,828	11,862	11,299	11,557	11,691	10,402
25	Draperies, curtains and furniture coverings	9,524	9,312	13,646	14,957	14,608	15,864	15,154	13,146
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,078	5,584	7,019	6,800	7,122	7,098	7,637	7,205
27	Furniture	37,565	31,181	35,745	36,630	40,456	39,381	43,626	35,418
28	Major appliances	35,255	27,544	31,403	31,730	32,420	35,622	41,554	32,333
29	Television, radio and music	27,745	23,480	29,072	28,213	25,000	27,482	30,271	30,756
30	Housewares and small electrical appliances	22,897	25,215	24,140	29,542	31,997	30,992	32,535	30,423
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	21,155	20,257	20,568	26,286	35,716	30,751	26,766	22,932
32	Plumbing, heating and building materials	6,267	6,404	7,385	10,670	12,885	11,003	11,774	8,855
33	Jewellery	9,668	11,294	15,407	16,885	17,963	17,432	16,696	15,879
34	Toys and games	6,915	7,822	9,712	14,068	11,793	12,307	13,446	12,192
35	Sporting goods and luggage	19,872	16,080	21,002	28,150	35,060	36,356	31,773	23,762
36	Stationery, books and magazines	17,447	18,133	18,481	20,175	19,630	20,578	19,930	27,698
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	16,159	12,756	15,203	18,161	17,787	18,055	18,433	15,982
38	Meals and lunches	18,314	18,418	20,083	19,573	19,027	19,629	19,629	19,637
39	Repairs and services	6,410	6,319	7,739	7,850	7,350	7,135	6,499	6,792
40	All other departments	19,900	19,718	22,625	30,048	38,249	31,732	27,921	25,584
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	600,079	577,906	694,447	791,728	811,119	790,742	763,975	775,460

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1982		1981			Change - Variation		Rayon	N°
September	October	October	November	December	October/ September 1982	October 1982/1981		
Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre	Octobre/ septembre 1982	Octobre 1982/1981		
thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
16,187	15,203	16,142	18,422	22,884	- 6.1	- 5.8	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
17,602	22,926	25,445	21,348	23,825	+ 30.2	- 9.9	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
57,198	44,112	50,485	52,641	69,579	- 22.9	- 12.6	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
2,673	4,143	3,621	4,534	6,983	+ 55.0	+ 14.4	Fourrures	4
24,461	25,065	25,353	25,821	36,141	+ 2.5	- 1.1	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
18,293	15,013	16,397	17,935	25,080	- 17.9	- 8.4	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
16,856	16,904	16,573	23,931	43,194	+ 0.3	+ 2.0	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
10,644	8,915	8,636	9,500	13,078	- 16.2	+ 3.2	Sous-vêtements	8
1,579	2,130	2,140	3,123	4,010	+ 34.9	- 0.5	Chapeaux	9
12,633	11,787	10,951	10,687	15,610	- 6.7	+ 7.6	Bas pour dames et fillettes	10
15,631	15,421	16,610	21,370	35,269	- 1.3	- 7.2	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
28,145	26,137	28,312	26,357	31,285	- 7.1	- 7.7	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
38,610	36,156	42,075	50,138	68,653	- 6.4	- 14.1	Vêtements pour hommes	13
39,768	37,967	37,555	56,257	100,910	- 4.5	+ 1.1	Articles d'habillement pour hommes	14
11,927	11,577	11,728	13,650	22,276	- 2.9	- 1.3	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
16,733	15,248	17,180	17,883	23,428	- 8.9	- 11.2	Chaussures pour hommes et garçons	16
49,302	54,835	55,883	66,405	76,484	+ 11.2	- 1.9	Produits alimentaires et connexes	17
41,747	45,925	42,986	50,464	100,618	+ 10.0	+ 6.8	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
12,750	12,143	12,975	16,610	32,243	- 4.8	- 6.4	Appareils et fournitures photographiques	19
5,489	5,509	6,016	6,187	4,614	+ 0.4	- 8.4	Tissus à la pièce	20
28,296	25,604	25,067	25,239	39,579	- 9.5	+ 2.1	Literie et linge de maison	21
10,608	9,823	10,730	10,040	12,613	- 7.4	- 8.5	Menus articles	22
12,420	10,756	11,195	18,302	36,117	- 13.4	- 3.9	Porcelaine et verrerie	23
11,555	13,856	14,107	13,977	12,290	+ 19.9	- 1.8	Revêtements de plancher	24
13,448	14,424	15,941	15,915	17,810	+ 7.3	- 9.5	Tentures, rideaux et housses	25
8,515	8,906	9,260	13,027	20,351	+ 4.6	- 3.8	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
38,348	39,172	42,264	41,444	42,258	+ 2.1	- 7.3	Meubles	27
38,390	40,546	41,557	38,119	43,404	+ 5.6	- 2.4	Gros appareils ménagers	28
42,882	37,758	35,881	45,607	70,145	- 11.9	+ 5.2	Télévision, radio et musique	29
31,952	35,470	34,345	42,506	75,242	+ 11.0	+ 3.3	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
23,160	27,897	27,037	26,870	37,750	+ 20.5	+ 3.2	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
9,471	10,164	10,484	9,390	9,361	+ 7.3	- 3.1	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
21,376	17,986	19,318	33,420	67,772	- 15.9	- 6.9	Bijouterie	33
12,366	20,874	21,265	47,726	76,866	+ 68.8	- 1.8	Jouets et jeux	34
23,489	20,678	23,452	28,382	53,741	- 12.0	- 11.8	Articles de sport et valises	35
27,368	22,388	23,250	31,925	60,674	- 18.2	- 3.7	Papeterie, livres et revues	36
15,261	19,543	22,472	22,668	23,007	+ 28.1	- 13.0	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
19,985	20,015	21,913	23,161	30,894	+ 0.2	- 8.7	Repas et casse-croûtes	38
7,409	9,006	8,267	9,569	9,607	+ 21.6	+ 8.9	Services et travaux de réparation	39
25,399	27,107	27,681	25,948	47,040	+ 6.7	- 2.1	Tous autres rayons	40
859,926	859,089	892,549	1,036,498	1,542,685	- 0.1	- 3.7	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982(1)

Department	1982						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars						
	milliers de dollars						
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	14,163	15,946	15,838	15,911	16,231	15,349	15,644
2 Women's and misses' coats and suits	13,713	14,589	13,722	15,291	13,468	13,332	14,329
3 Women's and misses' sportswear	42,070	45,503	44,678	46,307	47,261	44,347	46,809
4 Furs	2,389	2,941	4,384	2,604	3,162	3,488	3,639
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	22,067	22,678	22,795	23,779	23,874	22,732	22,503
6 Girls' and teenage girls' wear	14,602	16,246	16,660	16,753	17,207	15,841	15,994
7 Lingerie and women's sleepwear	16,658	17,529	16,733	17,974	16,836	16,814	16,728
8 Intimate apparel	8,521	9,448	9,088	9,144	9,376	8,722	8,993
9 Millinery	1,664	1,607	1,584	1,583	1,522	1,453	1,507
10 Women's and girls' hosiery	9,274	9,193	9,425	9,661	9,500	9,714	9,439
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	13,903	13,671	13,835	14,717	13,925	13,015	13,550
12 Women's, misses' and children's footwear	21,301	21,664	21,554	22,704	23,783	23,110	22,427
13 Men's clothing	35,418	35,391	34,313	35,512	36,875	36,349	34,205
14 Men's furnishings	36,817	37,638	38,181	39,262	40,876	39,970	40,459
15 Boys' clothing and furnishings	11,118	11,247	10,789	12,301	12,447	12,548	11,293
16 Men's and boys' footwear	14,921	13,474	13,625	14,450	15,996	14,674	13,634
17 Food and kindred products	57,722	58,254	54,223	56,448	56,495	56,021	56,700
18 Toiletries, cosmetics and drugs	43,859	44,698	45,338	45,365	44,189	46,135	45,373
19 Photographic equipment and supplies	12,906	13,437	13,472	13,704	13,040	13,889	13,309
20 Piece goods	4,540	4,496	4,513	4,409	4,368	4,413	4,616
21 Linens and domestics	23,374	23,461	23,599	23,526	23,266	26,439	23,752
22 Smallwares and notions	8,137	8,370	8,061	8,302	8,122	8,442	8,091
23 China and glassware	11,040	12,597	13,004	12,887	12,285	11,269	12,003
24 Floor coverings	11,128	11,772	12,050	12,001	11,282	12,066	11,371
25 Draperies, curtains and furniture coverings	12,506	13,689	14,722	13,886	14,394	14,986	13,415
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8,332	8,446	8,456	7,763	8,664	8,843	8,592
27 Furniture	35,723	41,685	37,845	40,178	38,347	39,123	35,517
28 Major appliances	36,745	39,250	34,912	35,244	31,988	35,217	33,938
29 Television, radio and music	31,672	33,566	34,122	36,254	33,320	37,740	35,129
30 Housewares and small electrical appliances	33,891	35,473	31,982	34,347	33,158	34,612	33,014
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	29,427	30,240	25,797	24,649	29,510	27,288	26,530
32 Plumbing, heating and building materials	8,621	9,208	8,680	9,536	10,723	8,697	10,704
33 Jewellery	20,439	21,516	22,048	21,046	20,450	20,566	21,862
34 Toys and games	20,232	20,704	19,644	21,054	19,544	21,542	20,327
35 Sporting goods and luggage	27,541	28,343	29,584	27,496	30,811	30,259	27,600
36 Stationery, books and magazines	23,204	26,300	24,443	25,473	24,080	25,414	26,335
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	21,234	18,706	17,672	17,013	18,262	17,739	18,216
38 Meals and lunches	21,392	23,043	21,027	20,530	20,045	20,311	19,861
39 Repairs and services	7,458	8,046	8,330	8,579	7,923	7,111	7,083
40 All other departments	28,491	29,121	26,756	26,296	28,410	28,751	27,514
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	814,939	856,240	822,512	842,892	850,497	843,908	831,311

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1981 et 1982(1)

1982		1981				Change - Variation		Rayon	N ^o
August	September	October	October	November	December	October/ September 1982	October/ septembre 1982		
Août	Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre				
thousands of dollars							per cent		
milliers de dollars							pourcentage		
16,001	15,834	15,934	16,451	18,011	16,247	+ 0.6		Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
16,069	13,437	14,030	15,387	14,482	14,861	+ 4.4		formes pour dames et jeunes filles	
45,572	45,762	42,715	47,015	47,204	46,188	- 6.7		Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
1,899	2,583	3,253	2,958	2,618	3,012	+ 25.9		filles	
24,269	22,017	22,144	22,050	22,652	22,649	+ 0.6		Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
								Fourrures	4
								Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
								de chambres d'enfants	
16,458	15,627	15,205	15,555	15,744	15,772	- 2.7		Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
18,010	18,264	18,382	17,074	17,562	16,980	+ 0.6		Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
9,786	10,127	9,910	9,363	9,907	9,318	- 2.1		Sous-vêtements	8
1,612	1,735	1,503	1,494	1,582	1,622	- 13.4		Chapeaux	9
10,076	10,901	10,473	9,319	9,456	9,463	- 3.9		Bas pour dames et fillettes	10
14,143	14,698	14,750	15,444	14,769	14,421	+ 0.4		Gants, moufles et articles de parure pour	11
22,233	22,165	21,574	22,325	22,310	22,793	- 2.7		dames et fillettes	
34,184	34,806	32,809	36,231	36,586	36,127	- 5.7		Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
44,013	42,670	40,138	38,334	38,239	37,597	- 5.9		enfants	
12,912	11,129	11,476	11,060	11,574	11,623	+ 3.1		Vêtements pour hommes	13
								Articles d'habillement pour hommes	14
								Vêtements et articles d'habillement pour	15
								garçons	
14,598	14,743	13,850	15,010	15,293	14,691	- 6.1		Chaussures pour hommes et garçons	16
56,998	55,904	57,685	56,008	58,608	55,417	+ 3.2		Produits alimentaires et connexes	17
47,388	46,551	49,070	44,308	45,253	45,403	+ 5.4		Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
13,749	13,726	13,922	14,279	14,757	13,570	+ 1.4		caments	
4,926	4,723	4,683	4,927	5,461	4,779	- 0.8		Appareils et fournitures photographiques	19
								Tissus à la pièce	20
25,519	25,226	25,538	24,028	23,785	24,195	+ 1.2		Literie et linge de maison	21
8,948	9,043	8,609	9,146	8,634	8,409	- 4.8		Menus articles	22
11,977	12,854	12,943	13,012	13,302	13,203	+ 0.7		Porcelaine et verrerie	23
11,426	11,024	11,713	11,513	11,714	11,844	+ 6.3		Revêtements de plancher	24
14,042	12,770	13,394	14,297	14,748	15,093	+ 4.9		Tentures, rideaux et housses	25
8,664	8,540	9,230	9,191	9,561	9,227	+ 8.1		Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
36,642	35,859	39,508	41,131	41,434	42,581	+ 10.2		d'ameublement pour la maison	
31,912	34,595	38,527	38,662	38,521	39,495	+ 11.4		Meubles	27
35,050	38,497	36,149	33,400	35,337	33,219	- 6.1		Gros appareils ménagers	28
34,536	34,305	39,473	36,572	35,479	34,190	+ 15.1		Télévision, radio et musique	29
								Articles de ménage et petits appareils élec-	30
								triques	
25,694	23,896	26,057	24,176	26,263	26,943	+ 9.0		Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
9,349	9,466	9,064	9,412	9,655	9,496	- 4.2		etc.	
21,499	21,404	22,238	22,738	24,391	22,034	+ 3.9		Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
21,079	20,579	20,824	20,450	21,067	20,522	+ 1.2		truction	
28,271	28,151	26,043	27,663	27,072	27,918	- 7.5		Bijouterie	33
								Jouets et jeux	34
								Articles de sport et valises	35
26,863	25,423	25,639	25,706	25,325	26,059	+ 0.8		Papeterie, livres et revues	36
17,432	16,815	16,291	18,370	18,508	16,870	- 3.1		Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
19,993	20,569	19,917	21,118	21,225	21,341	- 3.2		réparation et fournitures	
7,604	7,503	8,119	7,168	7,306	7,251	+ 8.2		Repas et casse-croûtes	38
29,030	30,768	29,916	28,812	28,477	29,675	- 2.8		Services et travaux de réparation	39
								Tous autres rayons	40
850,005	843,975	847,980	845,669	866,384	851,917	+ 0.5		TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982

Province	1982							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	5,603	5,825	7,660	9,298	10,060	9,668	9,433	10,021
2 Prince Edward Island	3,311	2,956	3,744	4,285	4,446	4,797	6,030	5,098
3 Nova Scotia	12,967	13,146	16,382	20,455	20,369	20,303	19,946	21,808
4 New Brunswick	10,210	10,191	13,040	16,625	17,813	17,440	16,853	16,964
5 Quebec	106,158	98,370	118,529	145,086	151,798	135,809	134,696	142,230
6 Ontario	209,112	204,722	241,668	275,573	289,219	277,394	268,605	272,376
7 Manitoba	28,921	29,484	37,860	43,247	43,038	40,902	41,294	40,344
8 Saskatchewan	15,630	15,984	19,564	22,876	23,277	22,476	22,961	22,792
9 Alberta	94,682	89,528	107,825	118,352	117,905	121,211	111,068	114,077
10 British Columbia	111,571	105,658	125,556	133,329	130,256	137,522	130,167	126,910
11 Yukon and Northwest Territories	1,913	2,042	2,620	2,602	2,938	3,220	2,922	2,841
12 CANADA	600,079	577,906	694,447	791,728	811,119	790,742	763,975	775,460

TABLE 4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

Selected metropolitan areas	1982							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	39,359	36,626	44,827	47,244	46,836	48,110	44,318	43,635
2 Edmonton	41,843	39,763	47,049	54,107	53,478	54,215	49,535	52,992
3 Halifax-Dartmouth	7,230	7,259	8,677	11,094	10,412	10,004	9,595	10,970
4 Hamilton	15,392	15,603	18,213	21,081	21,650	20,474	19,866	19,178
5 Montreal	65,774	60,945	72,444	89,467	89,527	79,362	78,723	83,744
6 Ottawa-Hull	23,619	22,154	28,777	33,061	34,977	32,654	31,017	32,095
7 Quebec City	13,736	12,624	15,388	18,963	21,038	19,196	18,411	19,777
8 Toronto	87,801	86,224	99,286	109,794	112,200	109,463	105,514	106,665
9 Vancouver	68,830	64,243	76,470	79,239	78,330	80,407	75,953	74,222
10 Winnipeg	26,332	26,800	34,351	39,272	38,966	36,918	37,372	36,432

TABEAU 3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1981 et 1982

1982		1981			Change - Variation		Province	NO
September	October	October	November	December	October/ September 1982	October 1982/1981		
Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre	Octobre/ septembre 1982	Octobre 1982/1981		
thousands of dollars - milliers de dollars								
9,903	11,067	10,454	13,146	19,400	+ 11.8	+ 5.9	Terre-Neuve	1
5,230	5,086	4,488	5,360	8,511	- 2.8	+ 13.3	Île-du-Prince-Édouard	2
22,345	23,885	21,763	29,060	45,534	+ 6.9	+ 9.8	Nouvelle-Écosse	3
17,601	19,217	18,438	23,618	34,022	+ 9.2	+ 4.2	Nouveau-Brunswick	4
148,399	154,620	159,355	176,644	264,152	+ 4.2	- 3.0	Québec	5
305,188	302,705	312,584	364,788	562,418	- 0.8	- 3.2	Ontario	6
46,588	44,257	45,423	54,511	76,621	- 5.0	- 2.6	Manitoba	7
25,635	25,662	25,556	30,263	42,556	+ 0.1	+ 0.4	Saskatchewan	8
125,582	127,275	139,365	157,178	225,573	+ 1.3	- 8.7	Alberta	9
150,496	142,202	152,058	178,945	258,846	- 5.5	- 6.5	Colombie-Britannique	10
2,958	3,112	3,066	2,985	5,051	+ 5.2	+ 1.5	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
859,926	859,089	892,549	1,036,498	1,542,685	- 0.1	- 3.7	CANADA	12

TABEAU 4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1982		1981			Change - Variation		Certaines zones métropolitaines	NO
September	October	October	November	December	October/ September 1982	October 1982/1981		
Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre	Octobre/ septembre 1982	Octobre 1982/1981		
thousands of dollars - milliers de dollars								
49,281	49,690	56,693	63,228	89,664	+ 0.8	- 12.4	Calgary	1
57,361	57,129	62,114	70,665	99,620	- 0.4	- 8.0	Edmonton	2
12,820	13,419	11,559	15,462	23,066	+ 4.7	+ 16.1	Halifax-Dartmouth	3
22,578	22,174	23,744	28,107	44,600	- 1.8	- 6.6	Hamilton	4
91,348	93,644	99,570	110,756	165,309	+ 2.5	- 6.0	Montréal	5
36,920	37,657	36,377	40,670	58,686	+ 2.0	+ 3.5	Ottawa-Hull	6
20,723	21,461	20,270	23,288	31,381	+ 3.6	- 5.9	Ville de Québec	7
26,920	121,498	126,385	147,324	230,396	- 4.3	- 3.9	Toronto	8
31,441	85,071	91,004	109,284	153,147	- 7.0	- 6.5	Vancouver	9
2,384	40,028	41,004	49,523	68,668	- 5.6	- 2.4	Winnipeg	10

TABLE 5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982

Province	1982							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	x	x	x	x	x	x	x	x
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	61,088	56,009	68,858	81,067	83,063	73,948	73,714	76,393
6 Ontario	130,523	129,584	151,871	166,003	169,784	164,109	159,248	159,596
7 Manitoba	20,017	19,818	26,132	28,201	26,829	26,205	26,399	25,890
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	77,514	71,402	87,310	92,714	89,415	94,099	84,406	86,868
10 British Columbia	93,499	88,188	105,361	107,860	104,021	109,380	103,284	101,775
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	404,404	386,451	467,207	506,180	504,670	498,570	477,615	480,451

TABLE 6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

Selected metropolitan areas	1982							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	32,084	29,114	36,656	36,650	35,223	37,456	33,647	33,935
2 Edmonton	35,423	32,890	39,084	43,953	42,105	43,381	39,048	41,355
3 Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x	x
4 Hamilton	11,871	11,943	13,875	15,936	16,165	15,114	14,840	13,973
5 Montreal	42,242	39,667	48,192	56,661	55,322	48,659	48,943	51,601
6 Ottawa-Hull	15,821	14,639	19,329	19,953	22,267	21,006	20,563	19,725
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	65,495	65,256	74,976	80,710	80,223	78,069	75,481	77,381
9 Vancouver	61,670	57,641	68,857	69,932	68,830	69,984	66,095	64,641
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982

1982		1981			Change - Variation		Province	No
September	October	October	November	December	October/ September 1982	October 1982/1981		
Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre	Octobre/ septembre 1982	Octobre 1982/1981		
Thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
x	x	x	x	x	x	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
88,696	90,751	93,970	105,163	145,632	+ 2.3	- 3.4	Québec	5
196,784	189,082	194,859	228,634	333,761	- 3.9	- 3.0	Ontario	6
33,309	29,310	30,351	36,915	48,918	- 12.0	- 3.4	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
100,475	99,298	111,293	125,097	175,029	- 1.2	- 10.8	Alberta	9
125,830	115,913	125,728	146,917	207,453	- 7.9	- 7.8	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
583,344	562,694	591,596	686,067	972,086	- 3.5	- 4.9	CANADA	12

TABLEAU 6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

982						1981		Change - Variation	
September	October	October	November	December	October/ September 1982	September 1982/1981	Certaines zones métropolitaines		No
septembre	octobre	octobre	novembre	décembre	octobre/ septembre 1982	septembre 1982/1981			
Thousands of dollars - milliers de dollars									No
19,815	39,628	45,497	51,082	70,495	- 0.5	- 12.9	Calgary		1
6,854	45,456	50,955	57,702	79,408	- 3.0	- 10.8	Edmonton		2
x	x	x	x	x	x	x	Halifax-Dartmouth		3
7,581	16,816	18,245	21,293	32,720	- 4.4	- 7.8	Hamilton		4
0,960	61,187	65,699	74,880	105,229	+ 0.4	- 6.9	Montréal		5
4,711	25,375	24,522	26,750	36,997	+ 2.7	+ 3.5	Ottawa-Hull		6
x	x	x	x	x	x	x	Ville de Québec		7
3,071	90,285	93,771	110,630	166,750	- 7.9	- 3.7	Toronto		8
1,673	74,675	80,825	97,871	134,132	- 8.6	- 7.6	Vancouver		9
x	x	x	x	x	x	x	Winnipeg		10

TABLE 7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982

Province	1982							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	x	x	x	x	x	x	x	x
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	45,070	42,360	49,671	64,018	68,736	61,861	60,981	65,837
6 Ontario	78,589	75,138	89,797	109,569	119,435	113,290	109,358	112,780
7 Manitoba	8,905	9,666	11,727	15,046	16,208	14,697	14,895	14,454
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	17,168	18,126	20,516	25,639	28,490	27,112	26,662	27,209
10 British Columbia	18,072	17,470	20,195	25,468	26,234	28,142	26,883	25,135
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	195,675	191,455	227,240	285,547	306,449	292,172	286,359	295,010

TABLE 8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

Selected metropolitan areas	1982							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	7,274	7,513	8,171	10,894	11,613	10,654	10,671	9,700
2 Edmonton	6,420	6,874	7,965	10,154	11,373	10,834	10,488	11,637
3 Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x	x
4 Hamilton	3,521	3,661	4,337	5,146	5,485	5,360	5,026	5,201
5 Montreal	23,532	21,278	24,251	32,806	34,205	30,704	29,780	32,135
6 Ottawa-Hull	7,798	7,515	9,449	13,108	12,711	11,648	10,454	12,361
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	22,306	20,968	24,310	29,084	31,978	31,394	30,032	29,281
9 Vancouver	7,160	6,602	7,613	9,307	9,500	10,423	9,858	9,571
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982

1982	1981				Change - Variation		Province	NO
September	October	October	November	December	October/ September 1982	October 1982/1981		
Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre	Octobre/ septembre 1982	Octobre 1982/1981		
thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
x	x	x	x	x	x	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
59,703	63,870	65,385	71,481	118,520	+ 7.0	- 2.3	Québec	5
108,405	113,623	117,725	136,152	228,657	+ 4.8	- 3.5	Ontario	6
13,280	14,947	15,072	17,596	27,703	+ 12.6	- 0.8	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
25,107	27,977	28,071	32,081	50,544	+ 11.4	- 0.3	Alberta	9
24,666	26,289	26,330	32,028	51,393	+ 6.6	- 0.2	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
276,582	296,395	300,954	350,430	570,598	+ 7.2	- 1.5	CANADA	12

TABLEAU 8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

[illegible]

TABLE 9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982

Province	1982						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	15	14	14	14	14	14	14
2 Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7	7
3 Nova Scotia	30	30	30	30	30	30	30
4 New Brunswick	27	26	26	26	26	26	26
5 Quebec	163	163	164	164	164	164	164
6 Ontario	294	294	296	297	297	298	296
7 Manitoba	37	37	38	38	38	38	38
8 Saskatchewan	26	26	26	27	28	28	28
9 Alberta	82	82	82	82	82	82	82
10 British Columbia	99	98	98	100	101	102	102
11 Yukon and Northwest Territories	7	7	7	7	7	7	7
12 CANADA	787	784	788	792	794	796	794

TABLE 10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

Selected metropolitan areas	1982						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Calgary	27	27	27	27	27	27	27
2 Edmonton	31	31	31	31	31	31	31
3 Halifax-Dartmouth	11	11	11	11	11	11	11
4 Hamilton	24	24	24	24	24	24	24
5 Montreal	80	80	80	80	80	80	80
6 Ottawa-Hull	31	31	31	31	31	31	31
7 Quebec City	17	17	17	17	17	17	17
8 Toronto	86	86	87	88	88	89	87
9 Vancouver	40	39	39	39	39	40	40
10 Winnipeg	29	29	30	30	30	30	30

TABLEAU 9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1981 et 1982

1982		1981				Province	N ^o
August	September	October	October	November	December		
Août	Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
14	14	14	15	15	15	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
31	32	32	30	30	30	Nouvelle-Écosse	3
25	25	25	27	27	27	Nouveau-Brunswick	4
162	162	163	160	163	163	Québec	5
299	299	300	292	294	294	Ontario	6
38	38	38	37	37	37	Manitoba	7
28	28	29	26	26	26	Saskatchewan	8
83	83	84	80	82	82	Alberta	9
102	102	101	97	99	99	Colombie-Britannique	10
7	7	7	7	7	7	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
796	797	800	778	787	787	CANADA	12

TABLEAU 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1982		1981				Certaines zones métropolitaines	N ^o
August	September	October	October	November	December		
Août	Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
27	27	27	27	27	27	Calgary	1
32	32	32	30	31	31	Edmonton	2
12	13	13	11	11	11	Halifax-Dartmouth	3
24	24	24	24	24	24	Hamilton	4
79	79	80	80	80	80	Montréal	5
32	32	32	31	31	31	Ottawa-Hull	6
17	18	18	15	17	17	Ville de Québec	7
86	87	88	85	86	86	Toronto	8
41	41	41	40	40	40	Vancouver	9
30	30	30	29	29	29	Winnipeg	10

TABLE 11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982

		1982						
Province		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		number - nombre						
1	Newfoundland	9	8	8	8	8	8	8
2	Prince Edward Island	3	3	3	3	3	3	3
3	Nova Scotia	5	5	5	5	5	5	5
4	New Brunswick	6	6	6	6	6	6	6
5	Quebec	58	58	58	58	58	58	58
6	Ontario	110	110	111	112	112	113	111
7	Manitoba	18	18	18	18	18	18	18
8	Saskatchewan	14	14	14	14	15	15	15
9	Alberta	51	51	51	51	51	51	51
10	British Columbia	59	59	59	60	61	61	61
11	Yukon and Northwest Territories	6	6	6	6	6	6	6
12	CANADA	339	338	339	341	343	344	342

TABLE 12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

		1982						
Selected metropolitan areas		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		number - nombre						
1	Calgary	15	15	15	15	15	15	15
2	Edmonton	19	19	19	19	19	19	19
3	Halifax-Dartmouth	4	4	4	4	4	4	4
4	Hamilton	15	15	15	15	15	15	15
5	Montreal	32	32	32	32	32	32	32
6	Ottawa-Hull	13	13	13	13	13	13	13
7	Quebec City	6	6	6	6	6	6	6
8	Toronto	40	40	41	42	42	42	40
9	Vancouver	26	26	26	26	26	26	26
10	Winnipeg	13	13	13	13	13	13	13

TABLEAU 11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982

1982		1981				Province	No
August	September	October	October	November	December		
Août	Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
8	8	8	9	9	9	Terre-Neuve	1
3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard	2
5	6	6	5	5	5	Nouvelle-Écosse	3
5	5	5	6	6	6	Nouveau-Brunswick	4
57	58	58	58	58	58	Québec	5
112	112	113	110	110	110	Ontario	6
18	18	18	18	18	18	Manitoba	7
15	15	15	14	14	14	Saskatchewan	8
51	51	51	50	51	51	Alberta	9
61	61	60	59	59	59	Colombie-Britannique	10
6	6	6	6	6	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
341	343	343	338	339	339	CANADA	12

TABLEAU 12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1982		1981				Certaines zones métropolitaines	N ^o
August	September	October	October	November	December		
Août	Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
15	15	15	15	15	15	Calgary	1
19	19	19	19	19	19	Edmonton	2
4	5	5	4	4	4	Halifax-Dartmouth	3
15	15	15	15	15	15	Hamilton	4
31	31	31	32	32	32	Montréal	5
13	13	13	13	13	13	Ottawa-Hull	6
6	7	7	6	6	6	Ville de Québec	7
39	40	40	40	40	40	Toronto	8
26	26	26	26	26	26	Vancouver	9
13	13	13	13	13	13	Winnipeg	10

TABLE 13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982

Province	1982						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	6	6	6	6	6	6	6
2 Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4	4
3 Nova Scotia	25	25	25	25	25	25	25
4 New Brunswick	21	20	20	20	20	20	20
5 Quebec	105	105	106	106	106	106	106
6 Ontario	184	184	185	185	185	185	185
7 Manitoba	19	19	20	20	20	20	20
8 Saskatchewan	12	12	12	13	13	13	13
9 Alberta	31	31	31	31	31	31	31
10 British Columbia	40	39	39	40	40	41	41
11 Yukon and Northwest Territories	1	1	1	1	1	1	1
12 CANADA	448	446	449	451	451	452	452

TABLE 14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

Selected metropolitan areas	1982						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Calgary	12	12	12	12	12	12	12
2 Edmonton	12	12	12	12	12	12	12
3 Halifax-Dartmouth	7	7	7	7	7	7	7
4 Hamilton	9	9	9	9	9	9	9
5 Montreal	48	48	48	48	48	48	48
6 Ottawa-Hull	18	18	18	18	18	18	18
7 Quebec City	11	11	11	11	11	11	11
8 Toronto	46	46	46	46	46	47	47
9 Vancouver	14	13	13	13	13	14	14
10 Winnipeg	16	16	17	17	17	17	17

TABLEAU 13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982

1982			1981			Province	N ^o
August	September	October	October	November	December		
Août	Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
6	6	6	6	6	6	Terre-Neuve	1
4	4	4	4	4	4	Île-du-Prince-Édouard	2
26	26	26	25	25	25	Nouvelle-Écosse	3
20	20	20	21	21	21	Nouveau-Brunswick	4
105	104	105	102	105	105	Québec	5
187	187	187	182	184	184	Ontario	6
20	20	20	19	19	19	Manitoba	7
13	13	14	12	12	12	Saskatchewan	8
32	32	33	30	31	31	Alberta	9
41	41	41	38	40	40	Colombie-Britannique	10
1	1	1	1	1	1	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
455	454	457	440	448	448	CANADA	12

TABLEAU 14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1982			1981			Certaines zones métropolitaines	N ^o
August	September	October	October	November	December		
Août	Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
12	12	12	12	12	12	Calgary	1
13	13	13	11	12	12	Edmonton	2
8	8	8	7	7	7	Halifax-Dartmouth	3
9	9	9	9	9	9	Hamilton	4
48	48	49	48	48	48	Montréal	5
19	19	19	18	18	18	Ottawa-Hull	6
11	11	11	9	11	11	Ville de Québec	7
47	47	48	45	46	46	Toronto	8
15	15	15	14	14	14	Vancouver	9
17	17	17	16	16	16	Winnipeg	10

TABLE 15. Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982
January-October

TABLEAU 15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982
Janvier-octobre

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1982/1981
		1981 ¹	1982	Variation 1982/1981
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	157,235	150,073	- 4.6
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	132,878	126,151	- 5.1
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sport pour dames et jeunes filles	429,063	421,793	- 1.7
4	Furs - Fourrures	21,103	22,701	+ 7.6
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	203,426	211,329	+ 3.9
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	147,475	148,374	+ 0.6
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	134,738	139,967	+ 3.9
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	88,491	89,543	+ 1.2
9	Millinery - Chapeaux	10,967	11,809	+ 7.7
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	83,840	90,154	+ 7.5
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	120,444	113,706	- 5.6
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	215,145	209,588	- 2.6
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	319,833	302,553	- 5.4
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	297,551	313,864	+ 5.5
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	100,321	104,287	+ 4.0
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	138,640	132,701	- 4.3
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	515,389	534,242	+ 3.7
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	370,435	395,877	+ 6.9
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	118,386	114,575	- 3.2
20	Piece goods - Tissus à la pièce	50,142	44,991	- 10.3
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	224,731	226,772	+ 0.9
22	Smallwares and notions - Menus articles	81,563	78,518	- 3.7
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	101,846	97,036	- 4.7
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	124,231	112,740	- 9.2
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	143,370	134,083	- 6.5
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	79,068	71,964	- 9.0
27	Furniture - Meubles	458,209	377,522	- 17.6
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	410,082	346,797	- 15.4
29	Television, radio and music - Télévision, radio et musique	286,157	302,659	+ 5.8
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	289,392	295,163	+ 2.0
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	257,151	255,488	- 0.6
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	91,964	94,878	+ 3.2
33	Jewellery - Bijouterie	168,596	160,586	- 4.8
34	Toys and games - Jouets et jeux	119,191	121,495	+ 1.9
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	255,385	256,222	+ 0.3
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	207,136	211,828	+ 2.3
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	167,337	167,340	--
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	197,608	194,310	- 1.7
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	62,644	72,509	+ 15.7
40	All other departments - Tous autres rayons	257,727	268,283	+ 4.1
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	7,638,890	7,524,471	- 1.5

TABLE 16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982
January-October

TABLEAU 16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1981 et 1982
Janvier-octobre

Province	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	87,001	88,538	+ 1.8
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	42,895	44,983	+ 4.9
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	181,620	191,606	+ 5.5
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	149,970	155,954	+ 4.0
Québec	1,368,162	1,335,695	- 2.4
Ontario	2,670,202	2,646,562	- 0.9
Manitoba	386,215	395,935	+ 2.5
Saskatchewan	215,154	216,857	+ 0.8
Alberta	1,138,581	1,127,505	- 1.0
British Columbia - Colombie-Britannique	1,371,454	1,293,667	- 5.7
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	27,643	27,168	- 1.7
CANADA	7,638,890	7,524,471	- 1.5

TABLE 17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982
January-October

TABLEAU 17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines,
1981 et 1982
Janvier-octobre

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
Certaines zones métropolitaines	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	457,532	449,926	- 1.7
Edmonton	519,860	507,472	- 2.4
Halifax-Dartmouth	94,320	101,480	+ 7.6
Hamilton	200,165	196,209	- 2.0
Montréal	839,134	804,978	- 4.1
Ottawa-Hull	296,440	312,931	+ 5.6
Quebec City - Ville de Québec	182,288	181,317	- 0.5
Toronto	1,094,120	1,065,365	- 2.6
Vancouver	831,380	774,206	- 6.9
Winnipeg	348,758	358,855	+ 2.9

TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982
January-October

TABLEAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982
Janvier-octobre

Province	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	x	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	792,716	753,587	- 4.9
Ontario	1,667,029	1,616,584	- 3.0
Manitoba	255,078	262,110	+ 2.8
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	895,251	883,501	- 1.3
British Columbia - Colombie-Britannique	1,142,934	1,055,111	- 7.7
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	5,050,935	4,871,586	- 3.6

TABLE 19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982
January-October

TABLEAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982
Janvier-octobre

Selected metropolitan areas Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	358,935	354,208	- 1.3
Edmonton	422,008	409,549	- 3.0
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	150,159	148,114	- 1.4
Montréal	543,008	513,438	- 5.4
Ottawa-Hull	196,427	203,393	+ 3.5
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	823,612	785,946	- 4.6
Vancouver	740,089	684,006	- 7.6
Winnipeg	x	x	x

TABLE 20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982
January-October

TABLERAU 20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982
Janvier-octobre

Province	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	x	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	575,447	582,107	+ 1.2
Ontario	1,003,174	1,029,984	+ 2.7
Manitoba	131,137	133,825	+ 2.0
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	243,328	244,006	+ 0.3
British Columbia - Colombie-Britannique	228,518	238,554	+ 4.4
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	2,587,955	2,652,884	+ 2.5

TABLE 21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982
January-October

TABLERAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines,
1981 et 1982
Janvier-octobre

Selected metropolitan areas Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	98,598	96,017	- 2.6
Edmonton	97,853	97,926	+ 0.1
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	50,006	48,096	- 3.8
Montréal	296,128	291,540	- 1.5
Ottawa-Hull	100,010	109,538	+ 9.5
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	270,510	279,419	+ 3.3
Vancouver	91,291	90,199	- 1.2
Winnipeg	x	x	x

TABLE 22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981 and 1982

TABLEAU 22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981 et 1982

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution
	'000	%	'000	%	'000	%
1981:						
January - Janvier	643,821	100.0	442,269	68.7	201,552	31.3
February - Février	568,767	100.0	381,684	67.1	187,082	32.9
March - Mars	688,718	100.0	471,588	68.5	217,130	31.5
April - Avril	793,595	100.0	521,698	65.7	271,897	34.3
May - Mai	822,881	100.0	532,820	64.8	290,061	35.2
June - Juin	835,934	100.0	548,803	65.7	287,131	34.3
July - Juillet	757,743	100.0	485,895	64.1	271,848	35.9
August - Août	786,492	100.0	499,216	63.5	287,276	36.5
September - Septembre	848,390	100.0	575,366	67.8	273,024	32.2
October - Octobre	892,549	100.0	591,596	66.3	300,954	33.7
November - Novembre	1,036,498	100.0	686,067	66.2	350,430	33.8
December - Décembre	1,542,685	100.0	972,086	63.0	570,598	37.0
Year - Année	10,218,073	100.0	6,709,088	65.7	3,508,983	34.3
1982:						
January - Janvier	600,079	100.0	404,404	67.4	195,675	32.6
February - Février	577,906	100.0	386,451	66.9	191,455	33.1
March - Mars	694,447	100.0	467,207	67.3	227,240	32.7
April - Avril	791,728	100.0	506,180	63.9	285,547	36.1
May - Mai	811,119	100.0	504,670	62.2	306,449	37.8
June - Juin	790,742	100.0	498,570	63.1	292,172	36.9
July - Juillet	763,975	100.0	477,615	62.5	286,359	37.5
August - Août	775,460	100.0	480,451	62.0	295,010	38.0
September - Septembre	859,926	100.0	583,344	67.8	276,582	32.2
October - Octobre	859,089	100.0	562,694	65.5	296,395	34.5
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 23. Department Store Monthly Sales as a Percentage of Total Retail Trade, by Province, 1981 and 1982
October

TABLERAU 23. Proportions procentuelles mensuelles des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province, 1981 et 1982
Octobre

Province	1981 ^F	1982
	per cent - pourcentage	
Newfoundland - Terre-Neuve	7.5	7.0
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	13.4	14.6
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	8.7	8.9
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	9.3	8.9
Québec	8.1	7.8
Ontario	10.5	9.9
Manitoba	14.2	13.5
Saskatchewan	7.1	7.3
Alberta	14.3	13.8
British Columbia - Colombie-Britannique	14.9	14.8
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	12.3	13.5
CANADA	10.8	10.3

TABLE 24. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, 1981 and 1982

No.	Department	1982							
		January	February	March	April	May	June	July	August
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
		thousands of dollars milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	45,563	46,324	49,956	61,422	53,996	44,779	50,075	42,110
2	Women's and misses' coats and suits	28,018	36,932	37,386	35,287	31,781	34,347	53,829	56,166
3	Women's and misses' sportswear	98,814	104,198	120,456	146,437	139,327	113,690	122,569	117,549
4	Furs	18,433	17,186	16,269	16,249	16,435	17,921	16,901	18,268
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	61,548	60,033	60,661	80,996	70,348	67,120	84,158	70,317
6	Girls' and teenage girls' wear	35,182	39,073	44,171	54,035	49,388	43,281	56,772	47,476
7	Lingerie and women's sleepwear	40,036	40,592	45,160	53,303	51,133	44,395	45,635	46,172
8	Intimate apparel	32,235	28,340	29,431	33,805	32,265	29,431	30,072	29,858
9	Millinery	1,705	1,194	1,029	1,228	1,319	1,142	1,151	1,635
10	Women's and girls' hosiery	20,962	21,453	24,788	28,088	28,136	26,223	29,365	30,231
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	34,682	38,123	41,945	49,058	45,061	36,849	41,291	42,804
12	Women's, misses' and children's footwear	87,084	94,059	109,852	127,461	115,719	104,305	103,144	100,597
13	Men's clothing	121,023	144,954	153,997	188,986	165,246	151,568	151,950	183,318
14	Men's furnishings	115,358	119,780	128,539	156,904	149,582	132,185	146,369	150,374
15	Boys' clothing and furnishings	35,239	37,910	37,033	43,855	38,244	34,101	51,118	35,957
16	Men's and boys' footwear	67,699	68,641	76,775	89,539	88,004	80,766	77,195	75,379
17	Food and kindred products	38,730	32,819	35,302	35,516	33,314	35,152	33,710	28,550
18	Toiletries, cosmetics and drugs	168,715	136,298	145,774	176,578	171,034	167,698	168,487	155,273
19	Photographic equipment and supplies	54,039	47,485	45,858	62,039	57,622	52,117	53,926	54,882
20	Piece goods	26,758	27,466	31,482	32,886	31,183	31,091	31,686	28,807
21	Linens and domestics	105,895	104,167	108,155	118,515	114,625	106,454	101,390	89,195
22	Smallwares and notions	35,714	32,999	34,159	43,815	43,739	41,995	43,017	38,498
23	China and glassware	79,696	84,356	87,916	89,585	94,417	88,675	91,333	91,100
24	Floor coverings	59,308	53,602	56,326	65,293	61,679	62,160	58,862	56,431
25	Draperies, curtains and furniture coverings	74,144	67,185	66,471	74,758	67,791	63,883	65,079	58,907
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	44,908	43,607	45,553	55,147	51,384	50,536	50,871	51,391
27	Furniture	203,525	197,657	199,513	228,763	213,091	196,515	195,498	182,060
28	Major appliances	67,844	57,690	57,243	65,702	61,359	57,572	60,881	60,058
29	Television, radio and music	119,077	113,348	121,728	143,899	135,821	134,059	128,410	123,865
30	Housewares and small electrical appliances	128,912	117,029	123,454	150,298	142,848	141,682	139,901	134,717
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	109,649	96,519	116,389	150,983	140,726	141,579	139,821	138,091
32	Plumbing, heating and building materials	33,209	31,260	31,762	43,256	34,229	33,689	34,599	33,449
33	Jewellery	112,886	113,175	119,253	133,470	128,962	119,789	118,055	114,060
34	Toys and games	73,582	67,604	69,487	88,032	75,209	69,867	76,257	93,439
35	Sporting goods and luggage	106,210	109,124	120,993	159,494	151,440	133,323	127,221	116,701
36	Stationery, books and magazines	85,895	77,322	78,563	93,255	96,064	94,589	103,269	97,943
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	45,833	44,780	41,673	55,367	51,576	47,686	47,899	44,536
38	Meals and lunches	1,490	959	799	797	741	733	689	640
39	Repairs and services	5,313	4,271	4,298	5,961	5,070	5,450	5,536	5,625
40	All other departments	60,107	58,607	64,393	84,704	80,703	70,706	68,642	60,080
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,685,020	2,618,121	2,783,992	3,324,766	3,120,611	2,909,103	3,006,633	2,911,459

(1) At selling value.

TABLEAU 24. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1982		1981			Change - Variation		Rayon	N°
September	October	October	November	December	October/ September 1982	October 1982/1981		
Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre	Octobre/ septembre 1982	Octobre 1982/1981		
Thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
43,071	53,378	61,182	53,746	45,831	+ 23.9	- 12.8	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
68,444	65,591	74,809	60,150	35,304	- 4.2	- 12.3	formes pour dames et jeunes filles	
113,814	133,312	145,499	137,605	98,255	+ 17.1	- 8.4	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
17,581	22,888	26,692	25,164	21,783	+ 30.2	- 14.3	filles	
70,793	83,445	96,132	77,985	67,443	+ 17.9	- 13.2	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
							Sous-vêtements	4
							Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
							de chambres d'enfants	
51,846	50,839	58,640	47,906	34,701	- 1.9	- 13.3	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
46,201	59,670	66,918	68,621	40,855	+ 29.2	- 10.8	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
26,010	33,061	38,582	37,252	31,897	+ 27.1	- 14.3	Sous-vêtements	8
1,848	3,372	2,302	3,278	3,027	+ 82.5	+ 46.5	Chapeaux	9
26,884	31,392	26,808	26,604	20,860	+ 16.8	+ 17.1	Bas pour dames et fillettes	10
44,074	55,220	62,417	58,659	37,112	+ 25.3	- 11.5	Gants, moufles et articles de parure pour	11
98,004	108,974	107,164	97,725	94,195	+ 11.2	+ 1.7	dames et fillettes	
161,417	185,703	217,065	199,866	166,447	+ 15.0	- 14.4	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
158,987	193,335	189,713	168,170	107,165	+ 21.6	+ 1.9	enfants	
39,741	49,495	58,443	46,414	34,246	+ 24.5	- 15.3	Vêtements pour hommes	13
							Articles d'habillement pour hommes	14
							Vêtements et articles d'habillement pour	15
							garçons	
65,322	77,049	97,593	86,002	76,019	+ 18.0	- 21.1	Chaussures pour hommes et garçons	16
32,625	36,602	37,527	41,887	25,657	+ 12.2	- 2.5	Produits alimentaires et connexes	17
147,727	193,810	207,606	208,185	151,994	+ 31.2	- 6.6	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
							caments	
50,093	68,055	73,471	60,613	44,962	+ 35.9	- 7.4	Appareils et fournitures photographiques	19
23,323	30,134	33,103	31,952	30,923	+ 29.2	- 9.0	Tissus à la pièce	20
84,877	97,554	130,265	129,646	119,640	+ 14.9	- 25.1	Literie et linge de maison	21
35,601	37,224	44,062	38,944	42,553	+ 4.6	- 15.5	Menus articles	22
86,412	90,829	97,388	98,820	106,239	+ 5.1	- 6.7	Porcelaine et verrerie	23
52,391	54,495	65,319	59,510	66,289	+ 4.0	- 16.6	Revêtements de plancher	24
56,455	65,430	80,445	76,572	76,095	+ 15.9	- 18.7	Tentures, rideaux et housses	25
48,686	59,593	62,781	56,350	43,282	+ 22.4	- 5.1	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
							d'ameublement pour la maison	
170,103	189,140	242,562	214,334	237,373	+ 11.2	- 22.0	Meubles	27
56,391	56,496	86,627	85,708	81,194	+ 0.2	- 34.8	Gros appareils ménagers	28
114,089	147,043	154,115	149,488	128,437	+ 28.9	- 4.6	Télévision, radio et musique	29
134,389	147,871	166,700	166,421	125,107	+ 10.0	- 11.3	Articles de ménage et petits appareils élec-	30
							triques	
121,437	140,444	172,110	142,527	123,138	+ 15.7	- 18.4	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
							etc.	
33,790	35,081	36,505	32,824	34,101	+ 3.8	- 3.9	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
							truction	
107,078	134,856	144,247	140,658	108,515	+ 25.9	- 6.5	Bijouterie	33
109,250	144,072	141,697	112,172	55,096	+ 31.9	+ 1.7	Jouets et jeux	34
119,695	158,701	188,390	152,274	123,644	+ 32.6	- 15.8	Articles de sport et valises	35
90,186	105,128	115,662	100,573	74,564	+ 16.6	- 9.1	Papeterie, livres et revues	36
50,783	56,150	62,225	55,509	47,423	+ 10.6	- 9.8	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
							réparation et fournitures	
861	821	1,524	1,386	1,341	- 4.6	- 46.1	Repas et casse-croûtes	38
4,799	5,691	6,800	5,825	4,462	+ 18.6	- 16.3	Services et travaux de réparation	39
61,375	76,189	90,234	80,260	77,034	+ 24.1	- 15.6	Tous autres rayons	40
2,826,453	3,338,133	3,771,324	3,437,585	2,844,203	+ 18.1	- 11.5	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982(1)

Department	1982						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars						
	milliers de dollars						
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	50,757	46,815	46,740	51,023	48,544	52,300	54,607
2 Women's and misses' coats and suits	39,366	43,467	43,721	44,980	47,470	50,274	42,422
3 Women's and misses' sportswear	119,224	112,137	116,281	123,492	121,672	122,090	120,627
4 Furs	18,866	19,567	20,677	18,994	18,939	21,717	18,138
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	73,823	69,843	68,204	74,084	68,239	74,379	68,639
6 Girls' and teenage girls' wear	47,493	44,100	46,861	49,419	45,844	48,299	46,246
7 Lingerie and women's sleepwear	51,292	48,741	47,738	47,605	46,573	49,153	48,579
8 Intimate apparel	31,930	29,542	31,003	33,328	30,081	32,147	30,853
9 Millinery
10 Women's and girls' hosiery	23,207	23,237	25,486	26,077	25,846	28,049	28,786
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	40,955	42,013	44,195	45,593	43,449	42,190	43,542
12 Women's, misses' and children's footwear	106,011	103,471	107,973	113,027	107,516	107,586	97,785
13 Men's clothing	158,767	157,506	164,036	186,450	162,356	185,020	157,788
14 Men's furnishings	137,525	135,833	138,587	145,605	137,483	148,756	146,179
15 Boys' clothing and furnishings	40,752	39,215	41,902	42,949	39,937	38,264	41,603
16 Men's and boys' footwear	83,509	80,746	76,530	79,946	78,240	85,232	75,615
17 Food and kindred products
18 Toiletries, cosmetics and drugs	167,305	160,371	160,668	166,929	163,497	181,256	174,093
19 Photographic equipment and supplies	54,544	53,116	53,348	60,414	55,204	60,272	55,537
20 Piece goods	29,644	27,755	31,347	30,804	29,915	32,172	31,276
21 Linens and domestics	116,706	106,351	110,531	108,055	101,889	103,575	103,787
22 Smallwares and notions	40,307	38,107	37,158	40,197	38,263	39,306	38,852
23 China and glassware	89,870	94,516	92,974	88,018	90,093	92,572	92,377
24 Floor coverings	59,724	56,610	58,765	63,688	59,017	60,268	57,793
25 Draperies, curtains and furniture coverings	77,555	67,538	67,834	69,516	62,251	65,602	63,991
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	51,070	48,428	47,501	54,225	46,468	50,551	49,587
27 Furniture	215,180	204,819	198,303	207,044	191,957	192,210	197,154
28 Major appliances	68,637	55,197	55,147	60,818	58,796	60,247	63,971
29 Television, radio and music	126,026	124,398	124,785	134,901	130,723	138,505	135,539
30 Housewares and small electrical appliances	141,033	129,060	126,257	136,834	131,839	143,971	140,618
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.
32 Plumbing, heating and building materials
33 Jewellery	125,575	121,003	123,094	124,390	120,943	128,377	123,398
34 Toys and games	86,589	84,958	84,813	92,074	82,367	86,501	87,682
35 Sporting goods and luggage	142,735	131,218	128,880	139,381	129,902	137,602	129,395
36 Stationery, books and magazines	96,445	92,222	90,333	93,022	89,487	98,530	97,728
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies
38 Meals and lunches
39 Repairs and services
40 All other departments
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,027,526	2,882,407	2,920,680	3,131,549	2,930,977	3,109,013	2,966,584

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABEAU 25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1981 et 1982(1)

1982			1981			Change - Variation		Rayon	No
August	September	October	October	November	December	October/ September 1982			
Août	Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre	Octobre/ septembre 1982			
thousands of dollars							per cent		
milliers de dollars							pourcentage		
48,060	51,135	45,251	51,973	46,503	50,872	- 11.5		Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
42,518	51,250	43,044	49,355	49,261	45,778	- 16.0		formes pour dames et jeunes filles	
118,330	131,319	117,902	128,983	120,449	123,659	- 10.2		Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
16,685	15,205	17,436	20,328	20,307	20,306	+ 14.7		filles	
66,588	74,527	70,471	81,334	72,070	75,708	- 5.4		Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
								Fourrures	4
								Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
								de chambres d'enfants	
43,066	52,630	42,554	49,117	42,156	48,296	- 19.1		Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
45,974	50,169	44,707	50,279	51,021	52,869	- 10.9		Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
29,951	31,228	30,550	35,655	31,443	31,691	- 2.2		Sous-vêtements	8
...		Chapeaux	9
26,867	29,039	28,816	24,651	24,685	24,276	- 0.8		Bas pour dames et fillettes	10
44,536	49,333	41,660	47,180	43,428	44,596	- 15.6		Gants, moufles et articles de parure pour	11
91,844	105,619	98,423	96,994	98,696	104,415	- 6.8		dames et fillettes	
157,856	162,801	144,753	169,902	164,356	182,672	- 11.1		Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
147,166	161,408	145,584	143,217	139,081	142,257	- 9.8		enfants	
36,516	40,656	37,840	44,831	41,743	42,491	- 6.9		Vêtements pour hommes	13
								Articles d'habillement pour hommes	14
								Vêtements et articles d'habillement pour	15
								garçons	
72,355	70,848	63,415	80,448	80,721	86,616	- 10.5		Chaussures pour hommes et garçons	16
...		Produits alimentaires et connexes	17
174,190	170,310	153,854	164,902	156,981	170,279	- 9.7		Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
58,988	58,059	50,512	54,665	45,784	50,738	- 13.0		caments	
28,096	25,746	27,786	30,614	31,560	31,435	+ 7.9		Appareils et fournitures photographiques	19
								Tissus à la pièce	20
95,477	103,307	91,746	122,740	119,085	119,674	- 11.2		Literie et linge de maison	21
37,522	39,685	36,171	42,932	40,712	42,018	- 8.9		Menus articles	22
91,890	94,750	82,243	88,090	83,857	98,775	- 13.2		Porcelaine et verrerie	23
55,401	59,814	52,591	63,167	61,805	60,813	- 12.1		Revêtements de plancher	24
60,879	66,145	61,738	76,068	75,653	74,402	- 6.7		Tentures, rideaux et housses	25
49,362	53,197	49,352	52,200	50,213	52,304	- 7.2		Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
193,372	205,389	191,224	245,666	215,288	215,321	- 6.9		d'ameublement pour la maison	
67,809	70,498	54,654	84,384	78,837	74,152	- 22.5		Meubles	27
131,408	132,292	132,495	139,121	125,330	123,524	+ 0.2		Cros appareils ménagers	28
137,931	148,152	130,329	147,172	144,400	143,958	- 12.0		Télévision, radio et musique	29
								Articles de ménage et petits appareils élec-	30
								triques	
...		Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
								etc.	
...		Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
								truction	
117,334	123,689	114,236	122,275	112,920	120,085	- 7.6		Bijouterie	33
87,498	87,491	81,641	80,171	83,204	99,195	- 6.7		Jouets et jeux	34
120,472	123,959	121,535	144,608	134,781	144,593	- 2.0		Articles de sport et valises	35
92,303	93,709	84,109	92,355	81,279	93,742	- 10.2		Papeterie, livres et revues	36
...		Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
								réparation et fournitures	
...		Repas et casse-croûtes	38
...		Services et travaux de réparation	39
...		Tous autres rayons	40
2,901,594	3,070,229	2,816,515	3,187,136	3,004,193	3,083,503	- 8.3		TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982

No.	Department	1982						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5.58	4.41	3.63	3.51	2.58	2.53	3.24
2	Women's and misses' coats and suits	2.69	3.70	2.62	2.44	4.39	6.23	7.86
3	Women's and misses' sportswear	3.93	3.58	3.05	3.18	2.73	2.60	2.90
4	Furs	4.40	5.06	5.53	23.82	28.14	29.87	9.70
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.99	3.92	3.12	3.37	3.24	3.36	4.09
6	Girls' and teenage girls' wear	4.72	3.93	2.90	3.19	3.16	3.13	4.30
7	Lingerie and women's sleepwear	4.47	3.95	3.66	3.53	3.16	2.97	2.97
8	Intimate apparel	4.84	4.28	3.47	3.44	3.23	3.01	3.23
9	Millinery	1.25	1.34	1.13	1.06	1.36	1.29	1.23
10	Women's and girls' hosiery	2.78	3.21	2.85	2.73	3.04	3.19	4.27
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.28	4.86	3.93	3.83	3.61	3.42	4.36
12	Women's, misses' and children's footwear	6.72	7.87	5.66	5.12	4.66	4.75	5.88
13	Men's clothing	5.40	6.91	4.84	5.75	5.17	4.35	6.10
14	Men's furnishings	5.41	5.85	4.85	5.11	4.66	3.19	4.66
15	Boys' clothing and furnishings	5.83	6.24	4.04	3.63	3.58	3.42	5.73
16	Men's and boys' footwear	7.29	8.71	6.60	5.58	5.56	5.33	6.65
17	Food and kindred products	0.80	0.58	0.70	0.59	0.58	0.71	0.66
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.04	4.06	3.82	4.28	4.25	4.15	4.14
19	Photographic equipment and supplies	5.98	5.97	4.67	5.54	5.22	3.81	3.93
20	Piece goods	6.92	7.14	6.40	6.91	6.84	7.74	8.83
21	Linens and domestics	4.47	7.16	5.95	5.97	5.50	4.30	3.82
22	Smallwares and notions	4.11	4.66	4.62	5.65	6.93	6.47	6.27
23	China and glassware	10.89	11.27	9.22	8.95	8.74	9.33	9.13
24	Floor coverings	6.55	5.56	4.76	5.50	5.46	5.38	5.03
25	Draperies, curtains and furniture coverings	7.78	7.21	4.87	5.00	4.64	4.03	4.29
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7.39	7.81	6.47	8.11	7.21	7.12	6.66
27	Furniture	5.42	6.34	5.58	6.25	5.27	4.99	4.48
28	Major appliances	1.92	2.09	1.82	2.07	1.89	1.62	1.47
29	Television, radio and music	4.29	4.83	4.19	5.10	5.43	4.88	4.24
30	Housewares and small electrical appliances	5.63	4.64	5.11	5.09	4.46	4.57	4.30
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	5.18	4.76	5.66	5.74	3.94	4.60	5.22
32	Plumbing, heating and building materials	5.30	4.88	4.30	4.05	2.66	3.06	2.94
33	Jewellery	11.68	10.02	7.74	7.90	7.18	6.87	7.07
34	Toys and games	10.64	8.64	7.15	6.26	6.38	5.68	5.67
35	Sporting goods and luggage	5.34	6.79	5.76	5.67	4.32	3.67	4.00
36	Stationery, books and magazines	4.92	4.26	4.25	4.62	4.89	4.60	5.18
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	2.84	3.51	2.74	3.05	2.90	2.64	2.60
38	Meals and lunches	0.08	0.05	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04
39	Repairs and services	0.83	0.68	0.56	0.76	0.69	0.76	0.85
40	All other departments	3.02	2.97	2.85	2.82	2.11	2.23	2.46
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.37	4.42	3.94	4.16	3.77	3.62	3.83

TABLEAU 26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1982			1981			Rayon	No
August	September	October	October	November	December		
Août	Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre		
2.87	2.66	3.51	3.79	2.92	2.00	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
3.32	3.89	2.86	2.94	2.82	1.48	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
2.68	1.99	3.02	2.88	2.61	1.41	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
10.47	6.58	5.52	7.37	5.50	3.12	Fourrures	4
2.78	2.89	3.33	3.79	3.02	1.87	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
2.07	2.83	3.39	3.58	2.67	1.38	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
3.54	2.74	3.53	4.04	2.87	0.95	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3.20	2.44	3.71	4.47	3.92	2.44	Sous-vêtements	8
1.68	1.17	1.58	1.08	1.05	0.75	Chapeaux	9
3.70	2.13	2.66	2.45	2.49	1.34	Bas pour dames et fillettes	10
4.06	2.82	3.58	3.76	2.74	1.05	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
4.62	3.48	4.17	3.79	3.71	3.01	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
6.55	4.18	5.14	5.16	3.99	2.42	Vêtements pour hommes	13
4.68	4.00	5.09	5.05	2.99	1.06	Articles d'habillement pour hommes	14
2.01	3.33	4.28	4.98	3.40	1.54	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
5.67	3.90	5.05	5.68	4.81	3.24	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.50	0.66	0.67	0.67	0.63	0.34	Produits alimentaires et connexes	17
3.84	3.54	4.22	4.83	4.13	1.51	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
4.15	3.93	5.60	5.66	3.65	1.39	Appareils et fournitures photographiques	19
6.50	4.25	5.47	5.50	5.16	6.70	Tissus à la pièce	20
3.65	3.00	3.81	5.20	5.14	3.02	Literie et linge de maison	21
5.13	3.36	3.79	4.11	3.88	3.37	Menus articles	22
9.89	6.96	8.44	8.70	5.40	2.94	Porcelaine et verrerie	23
5.43	4.53	3.93	4.63	4.26	5.39	Revêtements de plancher	24
4.48	4.20	4.54	5.05	4.81	4.27	Tentures, rideaux et housses	25
7.13	5.72	6.69	6.78	4.33	2.13	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
5.14	4.44	4.83	5.74	5.17	5.62	Meubles	27
1.86	1.47	1.39	2.08	2.25	1.87	Gros appareils ménagers	28
4.03	2.66	3.89	4.30	3.28	1.83	Télévision, radio et musique	29
4.43	4.21	4.17	4.85	3.92	1.66	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
6.02	5.24	5.03	6.37	5.30	3.26	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
3.78	3.57	3.45	3.48	3.50	3.64	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
7.18	5.01	7.50	7.47	4.21	1.60	Bijouterie	33
7.66	8.83	6.90	6.66	2.35	0.72	Jouets et jeux	34
4.91	5.10	7.67	8.03	5.37	2.30	Articles de sport et valises	35
3.54	3.30	4.70	4.97	3.15	1.23	Papeterie, livres et revues	36
3.10	3.33	2.87	2.77	2.45	2.06	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
0.03	0.04	0.04	0.07	0.06	0.04	Repas et casse-croûtes	38
0.83	0.65	0.63	0.82	0.61	0.46	Services et travaux de réparation	39
2.35	2.42	2.81	3.26	3.09	1.64	Tous autres rayons	40
3.65	3.23	3.81	4.14	3.28	1.82	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982

Department No.	1982						
	January Janvier	February Février	March Mars	April Avril	May Mai	June Juin	July Juillet
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.18	0.23	0.29	0.32	0.36	0.36	0.33
2 Women's and misses' coats and suits	0.33	0.31	0.38	0.40	0.22	0.17	0.16
3 Women's and misses' sportswear	0.26	0.29	0.35	0.34	0.36	0.35	0.36
4 Furs	0.21	0.19	0.18	0.04	0.04	0.03	0.10
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	0.24	0.25	0.32	0.34	0.29	0.29	0.27
6 Girls' and teenage girls' wear	0.21	0.27	0.37	0.34	0.30	0.30	0.26
7 Lingerie and women's sleepwear	0.22	0.25	0.29	0.31	0.31	0.31	0.34
8 Intimate apparel	0.21	0.22	0.29	0.31	0.30	0.32	0.31
9 Millinery	0.56	0.62	0.82	1.03	0.76	0.72	0.82
10 Women's and girls' hosiery	0.36	0.32	0.38	0.39	0.33	0.30	0.25
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.23	0.22	0.27	0.28	0.26	0.26	0.24
12 Women's, misses' and children's footwear	0.14	0.13	0.19	0.21	0.20	0.20	0.17
13 Men's clothing	0.16	0.16	0.21	0.19	0.18	0.22	0.16
14 Men's furnishings	0.19	0.17	0.21	0.21	0.21	0.29	0.23
15 Boys' clothing and furnishings	0.17	0.17	0.24	0.30	0.26	0.28	0.21
16 Men's and boys' footwear	0.13	0.12	0.16	0.19	0.18	0.18	0.15
17 Food and kindred products	1.50	1.57	1.49	1.69	1.68	1.45	1.47
18 Toiletries, cosmetics and drugs	0.21	0.22	0.27	0.26	0.23	0.24	0.24
19 Photographic equipment and supplies	0.18	0.16	0.21	0.21	0.18	0.25	0.26
20 Piece goods	0.13	0.14	0.17	0.15	0.14	0.13	0.11
21 Linens and domestics	0.21	0.14	0.17	0.18	0.18	0.22	0.26
22 Smallwares and notions	0.22	0.21	0.22	0.20	0.14	0.15	0.16
23 China and glassware	0.08	0.09	0.11	0.11	0.12	0.10	0.11
24 Floor coverings	0.14	0.17	0.22	0.20	0.18	0.19	0.19
25 Draperies, curtains and furniture cov- erings	0.13	0.13	0.20	0.21	0.20	0.24	0.24
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.14	0.13	0.16	0.14	0.13	0.14	0.15
27 Furniture	0.17	0.16	0.18	0.17	0.18	0.19	0.22
28 Major appliances	0.47	0.44	0.55	0.52	0.51	0.60	0.70
29 Television, radio and music	0.22	0.20	0.25	0.21	0.18	0.20	0.23
30 Housewares and small electrical appliances	0.18	0.21	0.20	0.22	0.22	0.22	0.23
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.18	0.20	0.19	0.20	0.24	0.22	0.19
32 Plumbing, heating and building materials	0.19	0.20	0.23	0.28	0.33	0.32	0.34
33 Jewellery	0.09	0.10	0.13	0.13	0.14	0.14	0.14
34 Toys and games	0.11	0.11	0.14	0.18	0.14	0.17	0.18
35 Sporting goods and luggage	0.17	0.15	0.18	0.20	0.23	0.26	0.24
36 Stationery, books and magazines	0.22	0.22	0.24	0.23	0.21	0.22	0.20
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.35	0.28	0.35	0.37	0.33	0.36	0.39
38 Meals and lunches	12.92	15.04	22.85	24.53	24.74	26.63	27.61
39 Repairs and services	1.31	1.32	1.81	1.53	1.33	1.36	1.18
40 All other departments	0.29	0.33	0.37	0.40	0.46	0.42	0.40
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.22	0.22	0.26	0.26	0.25	0.26	0.26

TABLEAU 27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1982		1981				Rayon	N°
August	September	October	October	November	December		
Août	Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre		
0.32	0.38	0.32	0.31	0.32	0.46	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
0.31	0.28	0.34	0.36	0.32	0.50	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.36	0.49	0.36	0.39	0.37	0.59	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
0.10	0.15	0.20	0.15	0.17	0.30	Fourrures	4
0.33	0.35	0.33	0.31	0.30	0.50	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.44	0.37	0.29	0.32	0.34	0.61	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.28	0.36	0.32	0.30	0.35	0.79	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.31	0.38	0.30	0.27	0.25	0.38	Sous-vêtements	8
0.70	0.91	0.82	1.16	1.12	1.27	Chapeaux	9
0.27	0.44	0.40	0.45	0.40	0.66	Bas pour dames et fillettes	10
0.25	0.36	0.31	0.32	0.35	0.74	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.21	0.28	0.25	0.29	0.26	0.33	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.17	0.22	0.21	0.22	0.24	0.37	Vêtements pour hommes	13
0.22	0.26	0.22	0.23	0.31	0.73	Articles d'habillement pour hommes	14
0.41	0.32	0.26	0.24	0.26	0.55	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.17	0.24	0.21	0.20	0.19	0.29	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.82	1.61	1.58	1.73	1.67	2.26	Produits alimentaires et connexes	17
0.25	0.28	0.27	0.25	0.24	0.56	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
0.24	0.24	0.21	0.21	0.25	0.61	Appareils et fournitures photographiques	19
0.15	0.21	0.21	0.20	0.19	0.15	Tissus à la pièce	20
0.26	0.33	0.28	0.22	0.19	0.32	Literie et linge de maison	21
0.18	0.29	0.27	0.26	0.24	0.31	Menus articles	22
0.10	0.14	0.12	0.13	0.19	0.35	Porcelaine et verrerie	23
0.18	0.21	0.26	0.24	0.22	0.20	Revêtements de plancher	24
0.21	0.23	0.24	0.22	0.20	0.23	Tentures, rideaux et housses	25
0.14	0.17	0.16	0.17	0.22	0.41	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.19	0.22	0.22	0.20	0.18	0.19	Meubles	27
0.53	0.66	0.72	0.55	0.44	0.52	Gros appareils ménagers	28
0.24	0.36	0.29	0.27	0.30	0.50	Télévision, radio et musique	29
0.22	0.24	0.25	0.23	0.26	0.52	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
0.17	0.18	0.21	0.19	0.17	0.28	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.26	0.28	0.30	0.33	0.27	0.28	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
0.14	0.19	0.15	0.16	0.23	0.54	Bijouterie	33
0.14	0.12	0.16	0.18	0.38	0.92	Jouets et jeux	34
0.19	0.20	0.15	0.15	0.17	0.39	Articles de sport et valises	35
0.28	0.29	0.23	0.23	0.30	0.69	Papeterie, livres et revues	36
0.33	0.30	0.37	0.44	0.39	0.45	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
29.55	26.63	23.80	15.44	15.92	22.66	Repas et casse-croûtes	38
1.22	1.42	1.72	1.34	1.52	1.87	Services et travaux de réparation	39
0.40	0.42	0.39	0.35	0.30	0.60	Tous autres rayons	40
2.62	0.30	0.28	0.27	0.29	0.49	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted, Canada, 1980-1982

TABLERAU 28. Montants à recevoir(1), non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982

Month	1980	1981	1982	Change from previous month	Change 1982/1981
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1982/1981
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,510,848	1,554,350	1,624,889	- 9.1	+ 4.5
February - Février	1,453,884	1,488,706	1,554,529	- 4.3	+ 4.4
March - Mars	1,388,475	1,476,287	1,537,740	- 1.1	+ 4.2
April - Avril	1,397,066	1,483,717	1,536,243	- 0.1	+ 3.5
May - Mai	1,381,243	1,493,281	1,527,443	- 0.6	+ 2.3
June - Juin	1,359,373	1,501,535	1,505,203	- 1.5	+ 0.2
July - Juillet	1,341,270	1,523,351	1,477,266	- 1.9	- 3.0
August - Août	1,346,822	1,512,048	1,476,402	- 0.1	- 2.4
September - Septembre	1,401,404	1,537,138	1,536,070	+ 4.0	- 0.1
October - Octobre	1,434,563	1,550,904	1,554,202	+ 1.2	+ 0.2
November - Novembre	1,490,778	1,622,633			
December - Décembre	1,658,191	1,788,145			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982

TABLERAU 29. Montants à recevoir(1), désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982

Month	1980	1981	1982	Change from previous month	Change 1982/1981
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1982/1981
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,420.3	1,470.0	1,538.0	- 1.6	+ 4.6
February - Février	1,438.8	1,480.0	1,532.2	- 0.4	+ 3.5
March - Mars	1,408.9	1,499.0	1,563.1	+ 2.0	+ 4.3
April - Avril	1,424.7	1,515.0	1,573.7	+ 0.7	+ 3.9
May - Mai	1,417.5	1,537.0	1,569.7	- 0.3	+ 2.1
June - Juin	1,420.8	1,563.0	1,568.9	- 0.1	+ 0.4
July - Juillet	1,425.6	1,615.0	1,566.6	- 0.1	- 3.0
August - Août	1,430.0	1,595.0	1,557.7	- 0.6	- 2.3
September - Septembre	1,440.8	1,581.0	1,579.2	+ 1.4	- 0.1
October - Octobre	1,442.6	1,565.0	1,567.8	- 0.7	+ 0.2
November - Novembre	1,441.4	1,570.0			
December - Décembre	1,448.9	1,563.0			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Department Store Sales and
Stocks, MCD, Seasonal
and Trading Day Factors

Ventes et stocks des grands
magasins MDC et coefficients de
corrections des variations
saisonnnières et des jours
commerciaux

TABLE 30. Department Store Sales, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1982 and 1983

No.	Department	1982						
		MCD	March	April	May	June	July	August
		MDC	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	86.83	110.01	128.82	115.40	98.71	91.77
2	Women's and misses' coats and suits	6	103.83	98.45	53.75	41.36	47.82	105.31
3	Women's and misses' sportswear	3	88.53	99.35	107.84	98.52	90.23	96.08
4	Furs	12	67.11	26.19	18.47	17.20	47.90	91.86
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	85.38	101.02	91.01	87.87	91.36	104.29
6	Girls' and teenage girls' wear	4	91.29	100.97	90.84	87.19	82.53	139.25
7	Lingerie and women's sleepwear	3	73.67	84.09	96.04	88.99	91.88	72.45
8	Intimate apparel	4	93.23	107.40	106.68	112.14	103.39	95.30
9	Millinery	12	57.58	73.52	63.94	60.82	62.19	60.53
10	Women's and girls' hosiery	3	92.17	106.67	97.57	84.53	72.78	81.11
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	77.06	86.97	89.53	82.70	69.94	74.52
12	Women's, misses' and children's footwear	6	90.00	109.69	104.36	95.02	78.24	97.90
13	Men's clothing	4	92.79	92.57	86.66	95.80	72.81	81.88
14	Men's furnishings	5	69.39	78.14	78.57	103.77	77.70	72.97
15	Boys' clothing and furnishings	6	84.89	98.19	85.90	79.36	78.95	138.31
16	Men's and boys' footwear	5	85.36	111.00	98.91	103.21	85.19	91.11
17	Food and kindred products	7	93.42	106.15	102.06	88.64	89.54	99.67
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	84.09	91.02	91.00	87.50	89.74	85.29
19	Photographic equipment and supplies	4	72.92	81.65	84.71	98.57	103.16	96.08
20	Piece goods	5	109.03	107.95	104.36	91.00	77.75	90.03
21	Linens and domestics	3	77.07	84.43	89.52	93.71	111.85	95.69
22	Smallwares and notions	4	91.75	93.39	77.68	76.88	84.82	83.84
23	China and glassware	4	73.31	77.63	87.93	84.33	83.31	76.93
24	Floor coverings	5	98.16	98.84	100.15	95.78	102.81	91.04
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	92.69	107.71	101.49	105.86	112.96	93.62
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	83.01	87.59	82.20	80.27	88.88	83.16
27	Furniture	4	94.45	91.17	105.50	100.66	122.83	96.66
28	Major appliances	5	89.95	90.03	101.35	101.15	122.44	101.32
29	Television, radio and music	4	85.20	77.82	75.03	72.82	86.17	87.75
30	Housewares and small electrical appliances	3	75.48	86.01	96.50	89.54	98.55	88.09
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4	79.73	106.64	121.03	112.69	100.89	89.25
32	Plumbing, heating and building materials	7	85.08	111.89	120.16	126.52	110.00	94.72
33	Jewellery	3	69.88	80.23	87.84	84.76	76.37	73.86
34	Toys and games	4	49.44	66.82	60.34	57.13	66.15	57.84
35	Sporting goods and luggage	3	70.99	102.38	113.79	120.15	115.12	84.05
36	Stationery, books and magazines	4	75.61	79.20	81.52	80.97	75.68	103.11
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	86.03	106.75	97.40	101.78	101.19	91.68
38	Meals and lunches	3	95.51	95.34	94.92	96.64	98.83	98.22
39	Repairs and services	7	92.90	91.50	92.77	100.34	91.76	89.32
40	All other departments	4	84.56	114.27	134.63	110.37	101.48	88.13
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	84.43	93.93	95.37	93.70	91.90	91.23

TABLEAU 30. Ventes des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1982 et 1983

1982				1983		Rayon	N°
September	October	November	December	January	February		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février		
102.23	95.41	105.80	142.27	56.53	65.80	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-formes pour dames et jeunes filles	1
131.00	163.41	149.76	159.25	72.75	68.40	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
124.99	103.27	116.94	151.12	58.72	63.76	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
103.49	127.36	172.25	245.52	169.10	116.20	Fourrures	4
111.10	113.19	116.66	161.72	67.80	67.55	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
117.06	98.74	120.71	159.57	50.35	61.21	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
92.29	91.96	141.57	259.37	53.38	58.54	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
105.10	89.96	98.17	141.17	76.05	70.02	Sous-vêtements	8
91.00	141.75	202.05	256.36	79.41	55.47	Chapeaux	9
115.89	112.55	117.83	165.37	80.51	72.52	Bas pour dames et fillettes	10
106.35	104.55	149.28	245.83	57.41	57.34	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
126.98	121.15	124.33	136.25	59.65	55.15	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
110.93	110.20	143.18	191.80	63.06	59.12	Vêtements pour hommes	13
93.20	94.59	151.55	269.67	57.18	54.24	Articles d'habillement pour hommes	14
107.17	100.88	120.69	198.55	53.57	53.93	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
113.50	110.09	122.42	160.69	60.55	58.37	Chaussures pour hommes et garçons	16
88.19	95.06	117.44	142.20	82.08	97.09	Produits alimentaires et connexes	17
89.68	93.59	114.19	224.08	75.50	75.10	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
92.89	87.22	114.47	241.33	69.31	59.14	Appareils et fournitures photographiques	19
116.23	117.64	117.79	96.86	83.93	85.61	Tissus à la pièce	20
112.17	100.26	108.72	164.14	101.01	61.84	Literie et linge de maison	21
117.31	114.10	118.97	150.20	105.59	84.66	Menus articles	22
96.62	83.10	139.69	273.96	65.75	59.59	Porcelaine et verrerie	23
104.82	118.30	122.66	105.36	80.48	82.08	Revêtements de plancher	24
105.31	107.69	111.15	118.67	74.32	67.99	Tentures, rideaux et housses	25
99.71	96.49	137.56	222.19	74.01	66.09	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
106.94	99.15	102.82	100.25	104.55	74.63	Meubles	27
110.97	105.24	100.59	112.18	94.64	70.27	Gros appareils ménagers	28
111.39	104.45	130.92	212.18	87.02	69.99	Télévision, radio et musique	29
93.14	89.86	123.18	223.38	67.32	71.11	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
96.92	107.06	105.55	142.46	70.71	67.01	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
100.05	112.13	98.78	100.63	67.44	69.59	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
99.87	80.88	139.35	311.73	46.83	52.35	Bijouterie	33
60.09	100.24	231.65	383.77	34.02	37.83	Jouets et jeux	34
83.44	79.40	109.20	194.64	72.58	56.73	Articles de sport et valises	35
107.65	87.32	126.37	241.57	75.00	68.82	Papeterie, livres et revues	36
90.76	119.96	124.13	137.57	73.07	68.10	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
97.16	100.49	111.65	146.87	84.22	79.92	Repas et casse-croûtes	38
98.75	110.93	136.45	132.29	83.97	78.66	Services et travaux de réparation	39
82.55	90.61	96.46	161.17	68.14	67.59	Tous autres rayons	40
101.89	101.31	123.87	182.98	72.42	67.48	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

TABLE 31. Department Store Stocks, MCD and Seasonal Factors, 1982 and 1983

No.	Department	1982						
		MCD	March	April	May	June	July	August
		MDC	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4	106.88	120.38	111.23	85.62	91.70	87.62
2	Women's and misses' coats and suits	4	85.51	78.45	66.95	68.32	126.89	132.10
3	Women's and misses' sportswear	3	103.59	118.58	114.51	93.12	101.61	99.34
4	Furs	5	78.68	85.55	86.78	82.52	93.18	109.49
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	4	88.94	109.33	103.09	90.24	122.61	105.60
6	Girls' and teenage girls' wear	3	94.26	109.34*	107.73	89.61	122.76	110.24
7	Lingerie and women's sleepwear	4	94.60	111.97	109.79	90.32	93.94	100.43
8	Intimate apparel	3	94.93	101.43	107.26	91.55	97.47	99.69
9	Millinery
10	Women's and girls' hosiery	4	97.26	107.71	108.86	93.49	102.01	112.52
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	3	94.91	107.60	103.71	87.34	94.83	96.11
12	Women's, misses' and children's footwear	3	101.74	112.77	107.63	96.95	105.48	109.53
13	Men's clothing	3	93.88	101.36	101.78	81.92	96.30	116.13
14	Men's furnishings	4	92.75	107.76	108.80	88.86	100.13	102.18
15	Boys' clothing and furnishings	4	88.38	102.11	95.76	89.12	122.87	98.47
16	Men's and boys' footwear	4	100.32	112.00	112.48	94.76	102.09	104.18
17	Food and kindred products
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	90.73	105.78	104.61	92.52	96.78	89.14
19	Photographic equipment and supplies	4	85.96	102.69	104.38	86.47	97.10	93.04
20	Piece goods	4	100.43	106.76	104.24	96.64	101.31	102.53
21	Linens and domestics	3	97.85	109.68	112.50	102.78	97.69	93.42
22	Smallwares and notions	4	91.93	109.00	114.31	106.84	110.72	102.60
23	China and glassware	3	94.56	101.78	104.80	95.79	98.87	99.14
24	Floor coverings	3	95.85	102.52	104.51	103.14	101.85	101.86
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	97.99	107.54	108.90	97.38	101.70	96.76
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	95.90	101.70	110.58	99.97	102.59	104.11
27	Furniture	3	100.61	110.49	111.01	102.24	99.16	94.15
28	Major appliances	4	103.80	108.03	104.36	95.56	95.17	88.57
29	Television, radio and music	3	97.55	106.67	103.90	96.79	94.74	94.26
30	Housewares and small electrical appliances	3	97.78	109.84	108.35	98.41	99.49	97.67
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	3	96.88	107.30	106.63	93.31	95.67	97.21
34	Toys and games	4	81.93	95.61	91.31	80.77	86.97	106.79
35	Sporting goods and luggage	4	93.88	114.43	116.58	96.89	98.32	96.87
36	Stationery, books and magazines	4	86.97	100.25	107.35	96.00	105.67	106.11
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies
38	Meals and lunches
39	Repairs and services
40	All other departments
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2	95.32	106.17	106.47	93.57	101.35	100.34

TABLEAU 31. Stocks des grands magasins, MDC et coefficients de corrections des variations saisonnières, 1982 et 1983

1982				1983		Rayon	N°
Septembre	October	November	December	January	February		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février		
84.23	117.96	115.58	90.13	89.88	98.82	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
133.55	152.38	122.79	77.03	70.87	84.64	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
86.67	113.07	114.13	79.62	82.92	92.89	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
115.63	131.27	123.74	107.59	97.80	87.88	Fourrures	4
94.99	118.41	108.37	89.28	83.33	85.99	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
98.51	119.47	113.67	72.03	73.90	88.55	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
92.09	133.47	134.34	77.53	78.28	83.08	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
83.29	108.22	118.66	100.71	100.95	95.88	Sous-vêtements	8
...	Chapeaux	9
92.58	108.94	107.81	86.05	90.53	92.43	Bas pour dames et fillettes	10
89.34	132.55	134.65	83.38	84.91	90.86	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
92.79	110.72	99.15	90.35	82.01	90.73	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
99.15	128.29	121.95	91.17	76.06	91.85	Vêtements pour hommes	13
98.50	132.80	120.80	75.40	83.82	88.21	Articles d'habillement pour hommes	14
97.75	130.80	111.05	80.75	86.36	96.76	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
92.20	121.50	106.46	88.13	80.87	84.98	Chaussures pour hommes et garçons	16
...	Produits alimentaires et connexes	17
86.74	125.97	132.39	89.39	101.00	84.98	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
86.28	134.73	132.50	88.30	98.95	89.42	Appareils et fournitures photographiques	19
90.59	108.45	101.41	98.57	90.17	98.98	Tissus à la pièce	20
82.16	106.33	109.00	99.91	90.77	97.77	Literie et linge de maison	21
89.71	102.91	95.46	101.27	88.65	86.46	Menus articles	22
91.20	110.44	117.80	107.64	88.85	89.23	Porcelaine et verrerie	23
87.59	103.62	96.28	108.63	99.34	94.57	Revêtements de plancher	24
85.35	105.98	101.05	102.31	95.58	99.35	Tentures, rideaux et housses	25
91.52	120.75	112.05	82.76	87.98	89.86	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
82.82	98.91	99.38	110.09	94.73	96.45	Meubles	27
79.99	103.37	108.60	109.15	98.55	104.39	Gros appareils ménagers	28
86.24	110.98	119.24	103.96	94.56	91.05	Télévision, radio et musique	29
90.71	113.46	115.09	86.98	91.49	90.44	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
...	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
...	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
86.57	118.05	124.57	90.49	89.95	93.58	Bijouterie	33
124.87	176.47	134.89	55.78	85.08	79.85	Jouets et jeux	34
96.56	130.58	112.81	85.51	74.43	83.24	Articles de sport et valises	35
96.24	124.99	123.82	79.68	89.16	83.78	Papeterie, livres et revues	36
...	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
...	Repas et casse-croûtes	38
...	Services et travaux de réparation	39
...	Tous autres rayons	40
92.06	118.52	114.38	92.35	88.70	90.82	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

MAJOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS TRADITIONNELS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland
Bowring Bros. Ltd., 281 Water St., St. John's, Newfoundland
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., 4910-50th St., Lloydminster, Saskatchewan
Ogilvy, Charles, Ltd., 126 Rideau St., Ottawa, Ontario
Ogilvy's, James A., Ltd., Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario
Robinson, The G.W., Co. Ltd., 18 James St., Hamilton, Ontario
Simpsons Ltd., 401 Bay St., Toronto, Ontario
Simpson Sears Ltd., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
Smith & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario
Woodward Stores (Alta.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia
Woodward Stores (B.C.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

JUNIOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS POPULAIRES

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
Sentry Dep't. Stores Ltd., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario
Steinberg Inc., Miracle Mart Division, 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario
Zeller's Ltd., 5250 Decarie Blvd., Montréal, Québec

SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Merchandising and Services Division in the Retail Trade sector.

Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil. 36 pp. First Issue, 1938. (ISSN 0380-7045).

Total sales and number of outlets, by province and selected metropolitan area, and sales and inventories by department, Canada.

- 63-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil. 1 pp. First Issue, 1950. (ISSN 0709-8650).

Total sales and percentage changes of sales, by region.

- 63-005 Retail Trade. Monthly. Bil. Approx. 65 pp. First Issue, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total retail sales by province and kind of business, for chain and independent stores; seasonally adjusted sales, Canada.

- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil. Approx. 15 pp. First Issue, 1932. (ISSN 0705-5595).

Number and value of new passenger cars, trucks and buses sold by province and by origin (Canada and U.S. or imported). Monthly unit sales, by type and origin, seasonally adjusted.

- 63-014 Merchandising Inventories. M. Bil. 24 pp. First Issue, 1972. (ISSN 0380-7177).

Inventories and stocks/sales ratios, by type of trade for wholesale, by department for department stores, by kind of business for chain stores and independent stores: quarterly percentage changes for independent stores by kind of business.

- 63-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil. Approx. 74 pp. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total retail sales by chain and department stores including data on floor area, inventory and accounts receivable.

CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division du commerce et des services.

Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil. 36 pages. Premier numéro, 1938. (ISSN 0380-7045).

Ventes totales et nombre de points de ventes par provinces et certaines régions métropolitaines, ventes et stocks par rayon, Canada.

- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil. 1 page. Premier numéro, 1950. (ISSN 0709-8650).

Variations en pourcentage et ventes par région.

- 63-005 Commerce de détail. Mensuel. Bilingue. Environ 65 pages. Premier numéro, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total des ventes au détail par province et genre de commerce, pour les magasins à succursales et les magasins indépendants; chiffres désaisonnalisés, Canada.

- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil. Environ 15 pages. Premier numéro, 1932. (ISSN 0705-5595).

Nombre et valeur des voitures particulières, des camions et des autobus neufs vendus par province et par lieu d'origine (Canada et É.-U. ou importés). Ventes unitaires mensuelles selon le type et l'origine, après désaisonnalisation.

- 63-014 Stocks commerciaux. M. Bil. 24 pages. Premier numéro, 1972. (ISSN 0380-7177).

Stocks et rapports stocks/ventes, par genre de commerce pour le commerce de gros, par rayon pour les grands magasins et par genre de commerce pour les magasins à succursales et magasins indépendants: variations trimestrielles en pourcentage pour les magasins indépendants suivant le genre de commerce.

- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil. Environ 74 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total des ventes au détail pour les magasins à succursales et les grands magasins, incluant des données sur la superficie total, des stocks, et comptes à recevoir.

Catalogue

- 63-213 Vending Machine Operators. A. Bil. 21 pp. First Issue, 1958. (ISSN 0527-6411).

Sales of merchandise through automatic vending machines, by type of machine and location, Canada and provinces.

- 63-218 Direct Selling Canada. A. Bil. 14 pp. First Issue, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Sales of various commodities by method of distribution; door-to-door, mail order, etc.

- 63-219 Campus Book Stores, A. Bil. Approx. 8 pp. First Issue, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Retail sales by commodities, employees and payroll, by regions, provinces and Canada, for academic years.

- 63-224 Market Research Handbook. A. Bil. 700 pp. First Issue, 1975. (ISSN 0590-9325).

The data cover such topics as general economic indicators, population characteristics, personal income and expenditure and household facilities.

- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil. 695 pp. (ISBN 0-660-506-13-0). The publication provides revised retail trade estimates for the years 1972 to 1979, both unadjusted and seasonally adjusted and also sections on definitions, concepts, classifications, methodology and data reliability.

Operating Results - Retail Trades. O. Bil. 29 pp. First Issue, 1974.

Reports in the Operating Results series contain ratios (percentages of net sales) for: purchases, inventories, cost of goods sold, gross profit, operating expense items and net profit.

Catalogue

- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A. Bil. 21 pages. Premier numéro, 1958. (ISSN 0527-6411).

Ventes de marchandise selon le genre de machine et l'emplacement, Canada et provinces.

- 63-218 La vente directe au Canada. A. Bil. 14 pages. Premier numéro, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Ventes de divers produits, par mode de distribution: démarchage, poste, etc.

- 63-219 Librairies de campus. A. Bil. Environ 8 pages. Premier numéro, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Ventes au détail par article, ainsi que nombre d'employés et la paye, par région, par province et au Canada par année scolaire.

- 63-224 Manuel statistique pour études de marché. A. Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975. (ISSN 0590-9325).

Les données portent sur des sujets tels que les indicateurs économiques généraux, les caractéristiques de la population, le revenu et les dépenses des particuliers et l'équipement ménager.

- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H. Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0). Cette publication contient des données brutes et désaisonnalisées, révisées de 1972 à 1979, des sections sur les définitions, les concepts, de classement, la méthodologie ainsi que des renseignements sur la fiabilité des données.

Résultats d'exploitation - Commerce de détail. H. Bil. 29 pages. Premier numéro 1974.

Les bulletins de la série des Résultats d'exploitation contiennent des ratios (pourcentages des ventes nettes) pour les achats, les stocks, le coût des biens vendus, les bénéfices bruts, les dépenses d'exploitation et les bénéfices nets.

Catalogue

The following reports on Operating Results are available.

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1979
- 63-604 Independent Women's Retail Clothing Stores, 1975
- 63-605 Independent Retail Hardware Stores, 1976
- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977
- 63-607 Retail Drug Stores, 1978
- 63-608 Retail Florists, 1979
- 63-609 Independent Retail Jewellery Stores, 1978
- 63-610 Retail Hardware Stores, 1980
- 63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980
- 63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. - Monthly A.- Annual Bil.- Bilingual
O.- Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available free on request from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue

Les publications suivantes sur les résultats d'exploitation sont maintenant disponibles.

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1979
- 63-604 Magasins indépendants de vente au détail de vêtements pour dames, 1975
- 63-605 Magasins indépendants de vente au détail de quincaillerie, 1976
- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977
- 63-607 Pharmacies au détail, 1978
- 63-608 Magasins de fleuristes, vente au détail, 1979
- 63-609 Magasins indépendants de vente au détail de bijouterie, 1978
- 63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980
- 63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980
- 63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980

M. - Mensuel A.- Annuel Bil.- Bilingue
H.- Hors série

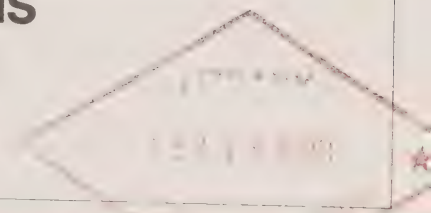
Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et social du Canada. On peut se procurer gratuitement un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Department store sales and stocks

November 1982

Ventes et stocks des grands magasins

Novembre 1982



Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Merchandising and Services Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V4 (Telephone: 996-9304) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Winnipeg (949-4020)
Halifax (426-5331)	Regina (359-5405)
Montréal (283-5725)	Edmonton (420-3027)
Ottawa (992-4734)	Vancouver (666-3691)
Toronto (966-6586)	

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zenith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by Northwestel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by Northwestel Inc.)	Zenith 2-2015

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division du commerce et des services,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V4 (téléphone: 996-9304) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Winnipeg (949-4020)
Halifax (426-5331)	Regina (359-5405)
Montréal (283-5725)	Edmonton (420-3027)
Ottawa (992-4734)	Vancouver (666-3691)
Toronto (966-6586)	

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-70
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-71
Québec	1-800-361-28
Ontario	1-800-268-11
Manitoba	1-800-282-80
Saskatchewan	1(112)800-667-35
Alberta	1-800-222-64
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-15
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la Northwestel Inc.)	Zénith 0-89
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la Northwestel Inc.)	Zénith 2-20

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section ventes et de la distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Statistics Canada
Merchandising and Services Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

November 1982

Statistique Canada
Division du commerce et des services
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Novembre 1982

Published under the authority of
the Minister of Supply and
Services Canada

Statistics Canada should be credited when
reproducing or quoting any part of this document

© Minister of Supply
and Services Canada 1983

February 1983
5-3406-503

Price: Canada, \$3.15, \$31.50 a year
Other Countries, \$3.80, \$37.80 a year

Catalogue 63-002, Vol. 47, No. 11

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

Reproduction ou citation autorisée sous réserve
d'indication de la source: Statistique Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1983

Février 1983
5-3406-503

Prix: Canada, \$3.15, \$31.50 par année
Autres pays, \$3.80, \$37.80 par année

Catalogue 63-002, vol. 47, n° 11

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or, in this publication less than half unit expressed.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- F revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM staff, Current Economic Analysis Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-995-7406), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou, dans la présente publication, inférieur à la moitié de l'unité exprimée.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- F nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux n'y correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Vente et stocks des grands magasins (matrice n° 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de support sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel du CANSIM, Division de l'analyse de conjoncture Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-995-7406), ou aux conseillers régionaux de bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	vii
Definitions	viii
Methodology	ix
Data Reliability	x
Non-sampling Errors	x
Non-sampling Error Measures	xi
Seasonal Adjustment	xiii
Explanatory Notes	xiv

Charts

1. Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982	xvii
2. Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982	xvii
3. Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1980-1982	xviii
4. Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1980-1982	xix
5. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1980-1982	xix
6. Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization	xx

Highlights	xxi
-------------------	-----

Table

1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982	2
---	---

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	vii
Définitions	viii
Méthodologie	ix
Fiabilité des données	x
Erreurs non liées à l'échantillonnage	x
Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage	xi
Désaisonnalisation	xiii
Notes explicatives	xiv

Graphiques

1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1980-1982	xvii
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1980-1982	xvii
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail Total, par mois, Canada, 1980-1982	xviii
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1980-1982	xix
5. Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982	xix
6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisation	xx

Points saillants	xxi
-------------------------	-----

Tableau

1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	2
---	---

TABLE OF CONTENTS - Continued

	Page
Table	
2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982	4
3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982	6
4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	6
5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982	8
6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	8
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982	10
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	10
9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982	12
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	12
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982	14
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	14
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982	16
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	16
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982	18
16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982	19
17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	19

TABLES DES MATIÈRES - suite

	Page
Tableau	
2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1981 et 1982	4
3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1981 et 1982	6
4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	6
5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982	8
6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	8
7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982	10
8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	10
9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1981 et 1982	12
10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	12
11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982	14
12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	14
13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982	16
14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	16
15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	18
16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1981 et 1982	19
17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	19

TABLE OF CONTENTS - Continued

	Page
Table	
18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982	20
19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	20
20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982	21
21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	21
22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981 and 1982	22
23. Department Store Monthly Sales as a Percentage of Total Retail Trade, by Province, 1981 and 1982	23
24. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1981 and 1982	24
25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982	26
26. Department Store Monthly Stock-Sales Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982	28
27. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, 1981 and 1982	30
28. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1980-1982	32
29. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982	32
30. Department Store Sales, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1982 and 1983	34
31. Department Store Stocks, MCD and Seasonal Factors, 1982 and 1983	36
List of Department Store Organizations	38
Selected Publications	39

TABLES DES MATIÈRES - suite

	Page
Tableau	
18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982	20
19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	20
20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982	21
21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	21
22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981 et 1982	22
23. Proportions procentuelles mensuelles des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province, 1981 et 1982	23
24. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	24
25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1981 et 1982	26
26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	28
27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	30
28. Montants à recevoir, non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982	32
29. Montants à recevoir, désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982	32
30. Ventes des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1982 et 1983	34
31. Stocks des grands magasins, MDC et coefficients de corrections des variations saisonnières, 1982 et 1983	36
Liste des organisations de grands magasins	38
Choix de publications	39

INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services. A "List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Merchandising and Services Division, to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments", however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the marketplace as **one** structure, rather than as a number of smaller stores.

INTRODUCTION

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division du commerce et des services. (Bien que le recensement mesure également les activités des "établissements", cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

Definitions

Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics. It must sell the following general lines of merchandise:

Family clothing and apparel. This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least **six** of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

Furniture, appliance and home furnishings. This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least **four** of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

All other (miscellaneous). This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, **such as:** toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at

Définitions

Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada, un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes:

Vêtements pour la famille. Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; articles d'habillement pour hommes; vêtements et articles d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **six** des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou articles d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20% des ventes globales du magasin doivent se faire dans le groupe de vêtements pour la famille.

Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager. Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine et verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de séjour, salle à manger ou chambre à coucher; gros appareils, télévision, radio et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins **quatre** des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être des meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10 % des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

Tous autres articles (divers). Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus, **telles que:** articles de toilette, cosmétiques et médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus articles; bijouterie; articles de sport et valises; papeterie, livres et revues; et aliments.

least **three** different commodity lines with not one of these lines representing more than 50% of the **total** store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

Total net sales and receipts are defined as the total sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

Stocks are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or as at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

Accounts receivable are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

Junior Department Stores are defined as retailing entities which sell the same wide range of goods (see department store definition) that are sold in the more traditional (major) department stores and are popularly described as discount operations.

Methodology

The **monthly sales values**, published at the Canada, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The **monthly sales values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdown of sales. The percentage

Nota: Le magasin doit tenir au moins **trois** des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50% des ventes **globales** du magasin. Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

Les **ventes et recettes nettes totales** sont définies comme le total des ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

Les **stocks** englobent la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

Par **comptes à recevoir** on entend les comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dus en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

Les **grands magasins populaires** sont définis comme étant des points de ventes au détail qui offre la même vaste gamme d'articles (voir la définition d'un grand magasin) que les grands magasins traditionnels et qui sont généralement considérés comme des magasins à prix réduits.

Méthodologie

Le **chiffre des ventes mensuelles**, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des sociétés de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100%, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le **chiffre des ventes mensuelles par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes. La répartition en pourcentage des ventes

distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada sales total in order to provide an estimate of sales by department at the Canada level.

The monthly stock values by department, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sales ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The monthly accounts receivable values, published at the Canada level, are based on a panel of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

Data Reliability

Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

Data response error. This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

par rayon obtenues auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des ventes totales pour le pays afin d'établir une estimation des ventes par rayon pour l'ensemble du Canada.

Le chiffre des stocks mensuels par rayon publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le chiffre des comptes à recevoir mensuel pour l'ensemble du pays provient des sociétés de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtes retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.

Fiabilité des données

Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ couvert par l'enquête. L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou aux variations, d'un interviewer à l'autre et selon le mode de communication retenu, dans l'explication des questions et dans l'interprétation des réponses.

Non-response error. Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

Processing error. These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error. Two response measures are derived, namely, the **response rate**, which is a measure of the proportion of units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data.

The units used in the Department Store Sales and Stocks Survey for derivation of the response rate is based on (1) the survey unit - the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations and (2) the organizational unit - the department store firm (company) themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in Ontario would be considered as one survey

La non-réponse. Certains enquêtés refusent de répondre, d'autres en sont incapables et d'autres encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, si elles existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

Le traitement. L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. S'agissant des estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreur. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) les unités d'enquête - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) les unités organisationnelles - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'en-

unit and one organizational unit while a firm reporting for five stores in Vancouver, 10 in British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as three survey units but only one organizational unit.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example, a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

quête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins. Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités organisationnelles dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités représentent \$8 millions sur l'estimation publiée de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation dans un tel cas, il faudrait tenir compte des deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1982
November

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1982
Novembre

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	100.0	100.0	100.0
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	56.0	88.5
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	40.0	66.6
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	93.8	99.9

Seasonal Adjustment

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time."(1) In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal (variations) and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method(2) to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these operations have been repeated several times.(3)

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements; to get a better

Désaisonnalisation

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps"(1). L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles; la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI(2) afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolation prospective et retrospective réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises(3).

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent être de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure

(1) "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," **Canada Statistical Review**, August 1974.

(2) For further information see the **X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method**, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

(3) See next page.

(1) La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la **Revue statistique du Canada**, Août 1974.

(2) Pour plus ample information voir la **méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI**, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, no. 12-564F au catalogue, hors série.

(3) Voir page suivante.

idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.⁽³⁾ The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Constant Dollar Estimate

To obtain constant dollar estimates of total department store sales (Text Table II), estimates of sales by department group are deflated using department group implicit price indices supplied by the Industry Product Division of Statistics Canada. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The published price index is an implicit index calculated by dividing the total current dollar sales estimate by the total constant dollar sales estimate.

Explanatory Notes

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

⁽³⁾ See Tables 30 and 31.

idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, ils disposent des mois à dominance cyclique, ou MDC.⁽³⁾ Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieure à l'unité; autrement dit, c'est la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable et indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées dont la période est égale au MDC tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Estimations en dollars constants

Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants (tableau explicatif II), les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées au moyen des indices implicites de prix appropriés fournis par la Division du produit industriel de Statistique Canada. Les estimations de ces groupes de rayons ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'indice des prix qui est publié est un indice implicite obtenu en divisant le chiffre estimatif des ventes totales en dollars courants par l'estimation correspondante en dollars constants.

Notes explicatives

Les variations des ventes en pourcentage donnée dans la présente publication est fondée sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elle tient compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elle ne se limite pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

⁽³⁾ Voir les tableaux 30 et 31.

TEXT TABLE II. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1980-1982

TABLEAU EXPLICATIF II. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1980-1982

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year per cent change	Constant 1971 dollars unadjusted	Year/year per cent change
Période	Indice des prix	Dollars courants non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1971 non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année
		'000	%	'000	%
1980:					
January - Janvier	168.3	562,328	+ 16.2	334,122	+ 6.3
February - Février	172.4	521,533	+ 15.9	302,513	+ 5.6
March - Mars	174.0	618,539	+ 1.1	355,482	- 8.4
April - Avril	176.3	684,365	+ 12.5	388,182	+ 1.9
May - Mai	178.7	767,974	+ 11.9	429,756	+ 0.9
June - Juin	179.2	692,120	+ 2.0	386,228	- 7.9
July - Juillet	178.1	709,231	+ 14.1	398,221	+ 3.2
August - Août	180.0	731,863	+ 3.7	406,591	- 6.3
September - Septembre	181.0	805,650	+ 11.4	445,110	+ 1.1
October - Octobre	181.9	824,123	+ 11.2	453,064	+ 1.5
November - Novembre	184.3	990,566	+ 7.6	537,475	- 2.0
December - Décembre	184.1	1,458,479	+ 12.1	792,221	+ 2.3
Year - Année	179.1	9,366,771	+ 9.8	5,228,965	- 0.9
1981:					
January - Janvier	185.2	643,821	+ 14.5	347,636	+ 4.0
February - Février	189.3	568,767	+ 9.1	300,458	- 0.7
March - Mars	190.0	688,718	+ 11.3	362,483	+ 2.0
April - Avril	192.1	793,595	+ 16.0	413,116	+ 6.4
May - Mai	193.5	822,881	+ 7.1	425,261	- 1.0
June - Juin	193.3	835,934	+ 20.8	432,454	+ 12.0
July - Juillet	193.2	757,743	+ 6.8	392,207	- 1.5
August - Août	195.2	786,492	+ 7.5	402,915	- 0.9
September - Septembre	195.7	848,390	+ 5.3	433,516	- 2.6
October - Octobre	198.1	892,549	+ 8.3	450,555	- 0.6
November - Novembre	199.0	1,036,498	+ 4.6	520,853	- 3.1
December - Décembre	198.1	1,542,685	+ 5.8	778,741	- 1.7
Year - Année	194.3	10,218,073	+ 9.1	5,260,195	+ 0.6
1982:					
January - Janvier	198.6	600,079	- 6.8	302,155	- 13.1
February - Février	204.8	577,906	+ 1.6	282,181	- 6.1
March - Mars	204.1	694,447	+ 0.8	340,248	- 6.1
April - Avril	206.4	791,728	- 0.2	383,589	- 7.1
May - Mai	208.5	811,119	- 1.4	389,025	- 8.5
June - Juin	207.4	790,742	- 5.4	381,264	- 11.8
July - Juillet	205.7	763,975	+ 0.8	371,402	- 5.3
August - Août	206.8	775,460	- 1.4	374,981	- 6.9
September - Septembre	205.2	859,926	+ 1.4	419,035	- 3.3
October - Octobre	208.0	859,089	- 3.7	413,020	- 8.3
November - Novembre	208.8	1,073,558	+ 3.6	514,156	- 1.3
December - Décembre					
Year - Année					

The stock-sales ratios(4) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stocks ratios(5) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table III for the number of shopping days the current publication is based on.

(4) See Table 26.

(5) See Table 27.

On obtient les ratios stocks-ventes(4) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks(5) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement.

La liste de référence des marchandises, qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

Les chiffres révisés des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif III donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

(4) Voir tableau 26.

(5) Voir tableau 27.

TEXT TABLE III. Number of Shopping Days, by Month, 1981 and 1982

TABLEAU EXPLICATIF III. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1981 et 1982

	1982		1981	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	25	5	26	5
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	27	4	26	5
April - Avril	25	4	25	4
May - Mai	26	5	26	5
June - Juin	26	4	26	4
July - Juillet	26	5	26	4
August - Août	26	4	25	5
September - Septembre	25	4	25	4
October - Octobre	25	5	26	5
November - Novembre	26	4	25	4
December - Décembre	26	3	26	4

Chart — 1
Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982
Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1980-1982

Graphique — 1

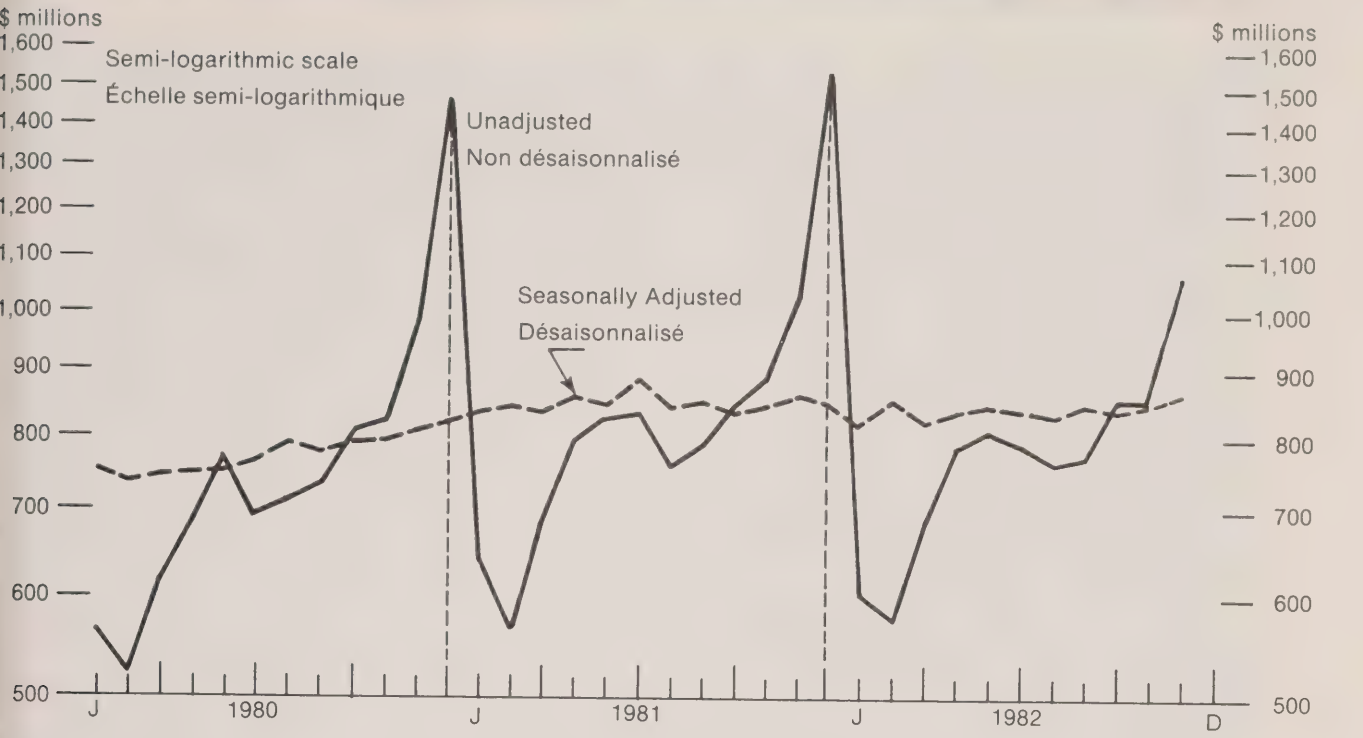


Chart — 2
Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982
Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1980-1982

Graphique — 2

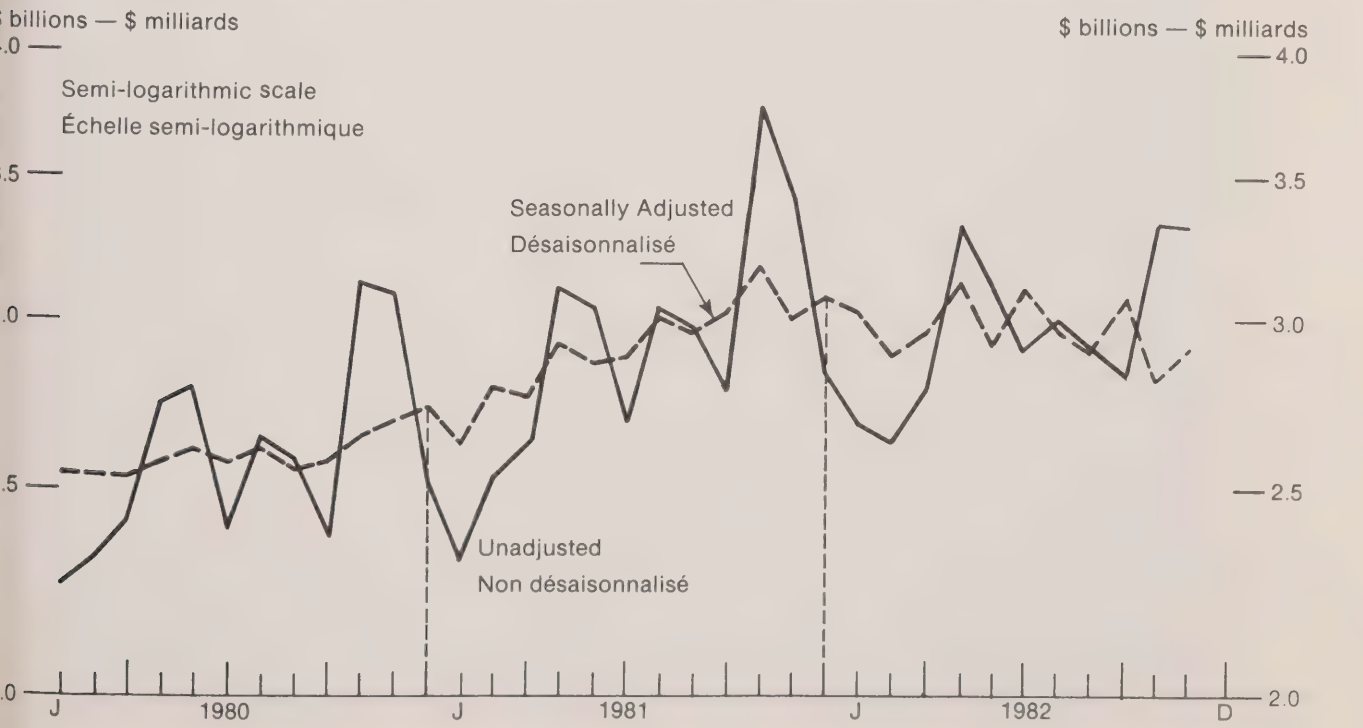


Chart — 3

Graphique — 3

Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1980-1982

Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1980-1982

\$ billions
\$ milliards

\$ billions
\$ milliards

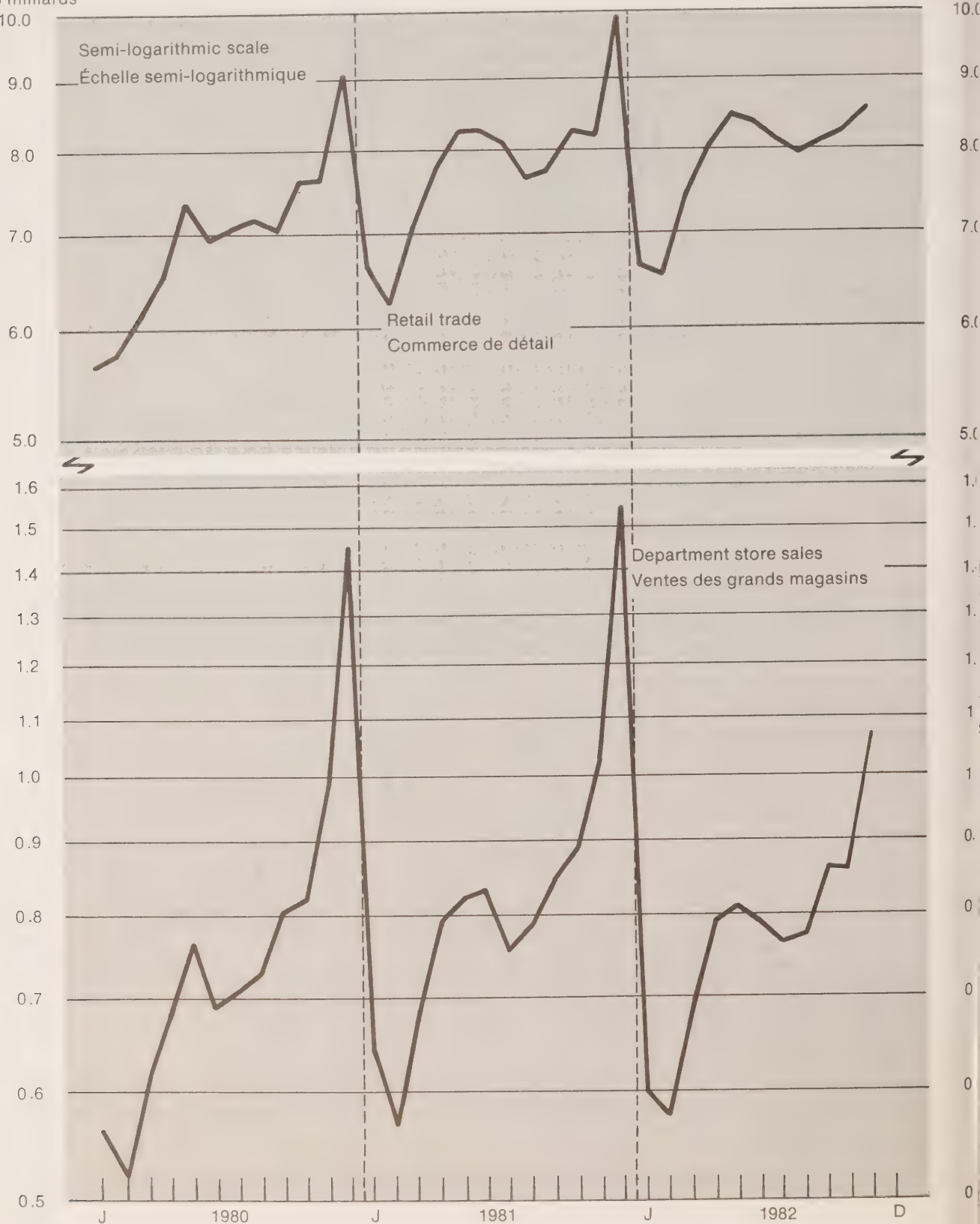
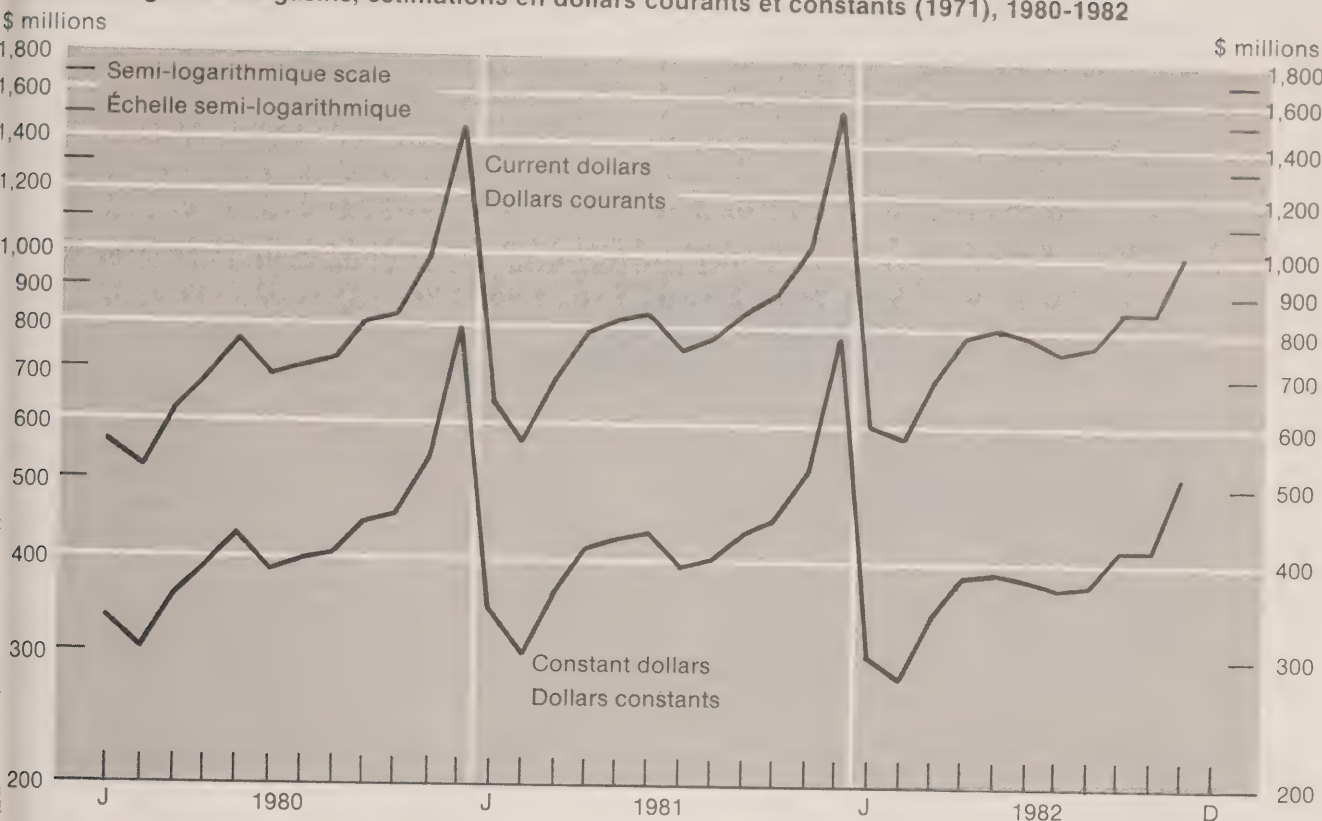


Chart — 4

Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1980-1982

Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1980-1982

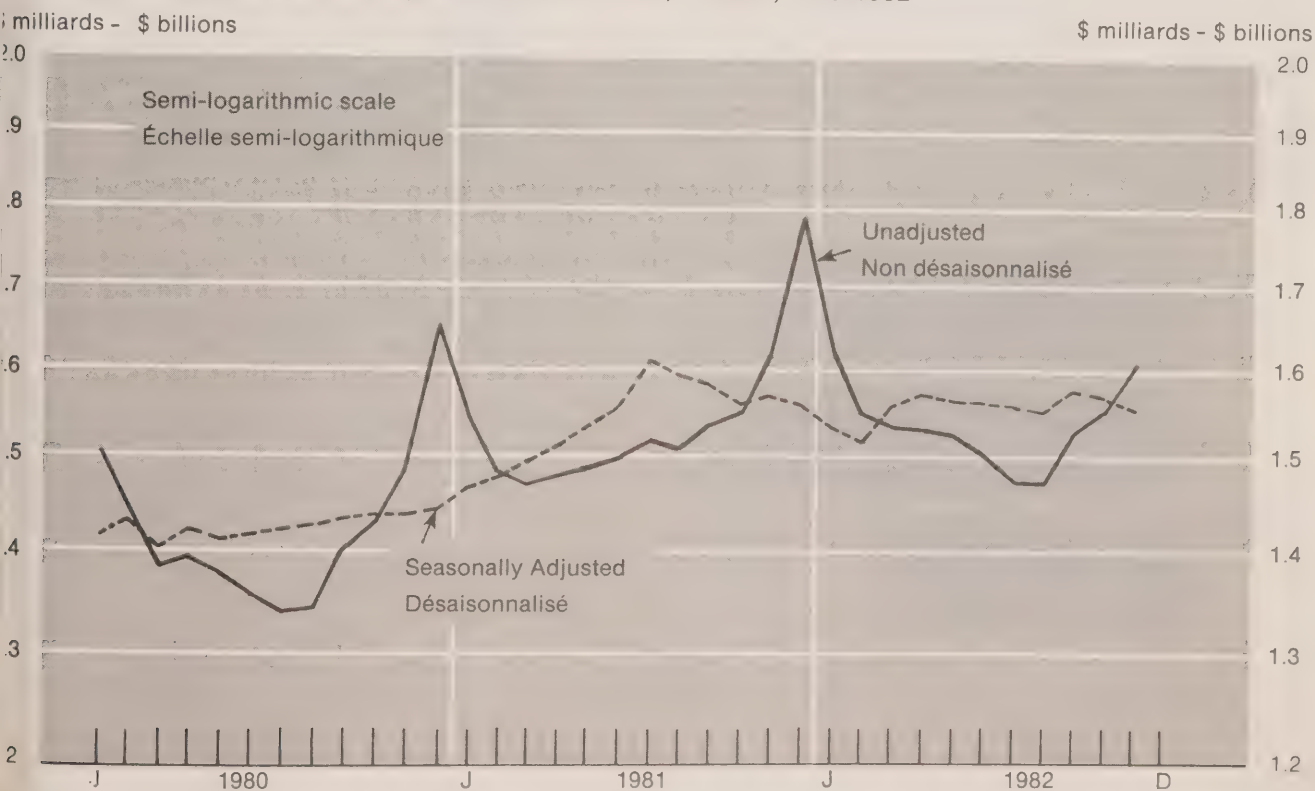


Graphique — 4

Chart — 5

Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1980-1982

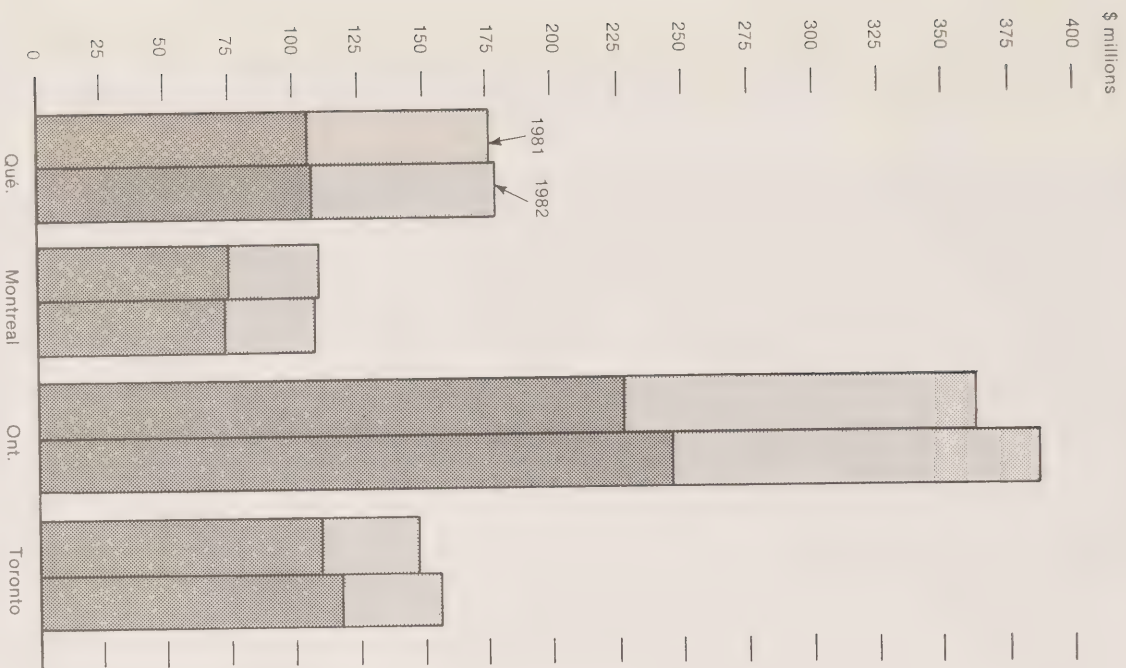
Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982



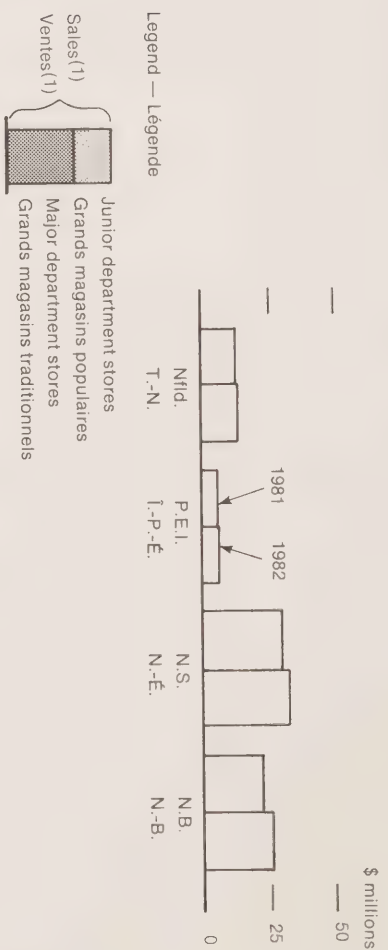
Graphique — 5

Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization

Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations



November — Novembre
1981, 1982



(1) For reasons of confidentiality, the split between the two groups (Major—Junior) is not shown for some regions.

(1) Pour des raisons de confidentialité, nous ne montrons pas pour certaines régions la subdivision en deux groupes (Traditionnels—Populaires).

HIGHLIGHTS

Seasonally adjusted sales of department stores in November, 1982, registered \$866.7 million, a small increase of 2.2% over October, 1982 sales. The largest decreases were reported in housewares and small electrical appliances (- 11.5%), jewellery (- 9.7%), and china and glassware (- 9.1%) while major sales increases were recorded in men's and boys' footwear (+ 21.7%), women's and misses' coats and suits (+ 19.2%) and plumbing, heating and building materials (+ 15.5%).

November, 1982, department store sales, without adjustment for seasonal variations, increased 3.6% over November, 1981 with sales of \$1,073.6 million. Sales rose in 28 of the 40 departments with the most notable gains observed in furs (+ 30.6%), repairs and services (+ 24.5%) and women's and girls' hosiery (+ 22.0%). The largest decreases were reported in jewellery (- 16.3%), china and glassware (- 10.2%) and piece goods (- 10.1%).

Sales of major department store organizations increased 3.3% from November, 1981 to November, 1982 to \$708.6 million and junior department store organizations sales were up 4.1% to \$364.9 million.

With the exception of British Columbia (- 1.8%) and the Yukon and Northwest Territories (- 1.0%) sales in the remaining provinces showed increases ranging from 13.9% in Saskatchewan to 0.6% in Alberta. Among the 10 metropolitan areas surveyed, Halifax-Dartmouth reported the largest sales increase, + 15.7%, while the largest decrease was in Vancouver, - 4.2%.

Total cumulative sales by department stores for the first eleven months of 1982 totalled \$8,598.0 million, 0.9% lower than what was recorded for the same period last year.

The retail value of stocks held in November, 1982, unadjusted, decreased 3.3% over last year to \$3,324.7 million. The seasonally adjusted value of total November stocks was 3.2% higher than the previous month at \$2,906.7 million.

POINTS SAILLANTS

En novembre 1982, les ventes désaisonnalisées des grands magasins ont haussé de 2.2% par rapport au mois d'octobre 1982 et ont totalisé \$866.7 millions. Les diminutions de ventes les plus appréciables ont été rapportées dans les rayons d'articles de ménage et petits appareils électriques (- 11.5%), de bijouterie (- 9.7%) et de porcelaine et verrerie (- 9.1%), alors que les accroissements majeurs de ventes se retrouvent dans les rayons de chaussures pour hommes et garçons (+ 21.7%), de manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles (+ 19.2%) et du matériel de plomberie, chauffage et construction (+ 15.5%).

Au mois de novembre 1982, les ventes sans ajustements saisonniers des grands magasins ont progressé de 3.6% par rapport à novembre 1981 pour se chiffrer à \$1,073.6 millions. Les ventes se sont accrues dans 28 des 40 rayons parmi lesquels les rayons de fourrures (+ 30.6%), de services et travaux de réparation (+ 24.5%) et de bas pour dames et fillettes (+ 22.0%) ont montré les plus fortes augmentations. Les diminutions les plus remarquables ont été constatées dans les rayons de bijouterie (- 16.3%), de porcelaine et verrerie (- 10.2%) et de tissus à la pièce (- 10.1%).

Les ventes des grands magasins traditionnels ont augmenté de 3.3% de novembre 1981 à novembre 1982 pour s'établir à \$708.6 millions et les ventes des entreprises de grands magasins populaires ont été 4.1% supérieures avec \$364.9 millions.

A l'exception de la Colombie-Britannique (- 1.8%) et du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest (- 1.0%) toutes les autres provinces ont observé des augmentations de leurs ventes. Les gains variant de 13.9% en Saskatchewan à 0.6% en Alberta. Des 10 régions métropolitaines enquêtées, Halifax-Dartmouth a indiqué l'augmentation de ventes la plus significative (+ 15.7%) alors que Vancouver a enregistré la baisse la plus forte (- 4.2%).

Les ventes cumulatives totales des grands magasins pour les 11 premiers mois de 1982 ont totalisé \$8,598.0 millions soit 0.9% de moins que ce qui a été mesuré pour la période correspondante l'année dernière.

La valeur au détail des stocks détenus au mois de novembre 1982, non désaisonnalisée, a diminué de 3.3% par rapport à l'année dernière pour se chiffrer à \$3,324.7 millions. La valeur désaisonnalisée des stocks totaux de novembre a haussé de 3.2% par rapport au mois précédent avec \$2,906.7 millions.

The number of retail locations of department stores increased by 3, from October to November, 1982 and reached 803 units compared to 787 in November, 1981. Of this number, 343 locations were operated by major department store organizations and 460 by junior department store organizations.

The share of total department store sales of total retail trade in Canada remained unchanged from November, 1981 to November, 1982, at 12.6%.

Le nombre de points de vente au détail des grands magasins s'est accru de 3 unités du mois d'octobre au mois de novembre 1982 et il a atteint 803 comparativement à 787 en novembre 1981. De ce nombre, 343 points de vente étaient opérés par les organisations de grands magasins traditionnels et 460 par les organisations de grands magasins populaires.

La part des ventes des grands magasins dans le total du commerce de détail n'a pas varié entre novembre 1981 et novembre 1982 et reste fixée à 12.6%.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982

No.	Department	1982							
		January	February	March	April	May	June	July	August
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	June	Juillet	Août
		thousands of dollars milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,164	10,515	13,752	17,504	20,909	17,713	15,442	14,684
2	Women's and misses' coats and suits	10,424	9,982	14,248	14,442	7,239	5,514	6,852	16,922
3	Women's and misses' sportswear	25,164	29,081	39,553	46,006	50,966	43,691	42,236	43,786
4	Furs	4,191	3,399	2,942	682	584	600	1,743	1,744
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	15,429	15,318	19,462	24,022	21,728	19,975	20,559	25,310
6	Girls' and teenage girls' wear	7,450	9,932	15,209	16,916	15,631	13,812	13,200	22,918
7	Lingerie and women's sleepwear	8,947	10,269	12,327	15,114	16,169	14,963	15,370	13,048
8	Intimate apparel	6,663	6,620	8,473	9,821	10,002	9,781	9,298	9,326
9	Millinery	1,362	892	912	1,164	973	884	937	976
10	Women's and girls' hosiery	7,532	6,687	8,687	10,305	9,269	8,211	6,870	8,173
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	8,098	7,850	10,661	12,799	12,467	10,763	9,477	10,539
12	Women's, misses' and children's footwear	12,965	11,946	19,399	24,904	24,820	21,959	17,547	21,766
13	Men's clothing	22,428	20,974	31,839	32,873	31,956	34,822	24,905	27,990
14	Men's furnishings	21,340	20,470	26,494	30,679	32,116	41,477	31,437	32,116
15	Boys' clothing and furnishings	6,041	6,080	9,159	12,078	10,692	9,958	8,916	17,859
16	Men's and boys' footwear	9,287	7,882	11,630	16,039	15,822	15,145	11,615	13,300
17	Food and kindred products	48,298	56,337	50,655	59,920	57,659	49,657	50,769	56,810
18	Toiletries, cosmetics and drugs	33,472	33,602	38,125	41,291	40,212	40,368	40,718	40,417
19	Photographic equipment and supplies	9,033	7,960	9,824	11,189	11,046	13,690	13,730	13,210
20	Piece goods	3,866	3,848	4,921	4,760	4,558	4,016	3,589	4,435
21	Linens and domestics	23,688	14,543	18,188	19,863	20,828	24,776	26,567	24,419
22	Smallwares and notions	8,695	7,079	7,396	7,753	6,309	6,490	6,863	7,502
23	China and glassware	7,319	7,485	9,533	10,004	10,802	9,503	10,000	9,214
24	Floor coverings	9,052	9,638	11,828	11,862	11,299	11,557	11,691	10,402
25	Draperies, curtains and furniture coverings	9,524	9,312	13,646	14,957	14,608	15,864	15,154	13,146
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,078	5,584	7,019	6,800	7,122	7,098	7,637	7,205
27	Furniture	37,565	31,181	35,745	36,630	40,456	39,381	43,626	35,418
28	Major appliances	35,255	27,544	31,403	31,730	32,420	35,622	41,554	32,333
29	Television, radio and music	27,745	23,480	29,072	28,213	25,000	27,482	30,271	30,756
30	Housewares and small electrical appliances	22,897	25,215	24,140	29,542	31,997	30,992	32,535	30,423
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	21,155	20,257	20,568	26,286	35,716	30,751	26,766	22,932
32	Plumbing, heating and building materials	6,267	6,404	7,385	10,670	12,885	11,003	11,774	8,855
33	Jewellery	9,668	11,294	15,407	16,885	17,963	17,432	16,696	15,879
34	Toys and games	6,915	7,822	9,712	14,068	11,793	12,307	13,446	12,192
35	Sporting goods and luggage	19,872	16,080	21,002	28,150	35,060	36,356	31,773	25,762
36	Stationery, books and magazines	17,447	18,133	18,481	20,175	19,630	20,578	19,930	27,698
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	16,159	12,756	15,203	18,161	17,787	18,055	18,433	15,982
38	Meals and lunches	18,314	18,418	20,083	19,573	19,027	19,629	19,629	19,637
39	Repairs and services	6,410	6,319	7,739	7,850	7,350	7,135	6,499	6,792
40	All other departments	19,900	19,718	22,625	30,048	38,249	31,732	27,921	25,584
	TOTAL ALL DEPARTMENTS	600,079	577,906	694,447	791,728	811,119	790,742	763,975	775,460

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1982		1981			Change - Variation		Rayon	N°
September	October	November	November	December	November/ October 1982	November 1982/1981		
Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre	Novembre/ octobre 1982	Novembre 1982/1981		
thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
16,187	15,203	18,125	18,422	22,884	+ 19.2	- 1.6	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
17,602	22,926	25,036	21,348	23,825	+ 9.2	+ 17.3	formes pour dames et jeunes filles	
57,198	44,112	51,616	52,641	69,579	+ 17.0	- 1.9	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
2,673	4,143	5,920	4,534	6,983	+ 42.9	+ 30.6	filles	
24,461	25,065	27,166	25,821	36,141	+ 8.4	+ 5.2	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
							Fourrures	4
							Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
							de chambres d'enfants	
18,293	15,013	19,626	17,935	25,080	+ 30.7	+ 9.4	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
16,856	16,904	25,016	23,931	43,194	+ 48.0	+ 4.5	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
10,644	8,915	10,587	9,500	13,078	+ 18.8	+ 11.4	Sous-vêtements	8
1,579	2,130	3,497	3,123	4,010	+ 64.2	+ 12.0	Chapeaux	9
12,633	11,787	13,043	10,687	15,610	+ 10.7	+ 22.0	Bas pour dames et fillettes	10
15,631	15,421	22,451	21,370	35,269	+ 45.6	+ 5.1	Gants, moufles et articles de parure pour	11
28,145	26,137	30,942	26,357	31,285	+ 18.4	+ 17.4	dames et fillettes	
38,610	36,156	50,613	50,138	68,653	+ 40.0	+ 0.9	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
39,768	37,967	57,801	56,257	100,910	+ 52.2	+ 2.7	enfants	
11,927	11,577	14,679	13,650	22,276	+ 26.8	+ 7.5	Vêtements pour hommes	13
							Articles d'habillement pour hommes	14
							Vêtements et articles d'habillement pour	15
							garçons	
16,733	15,248	20,628	17,883	23,428	+ 35.3	+ 15.3	Chaussures pour hommes et garçons	16
49,302	54,835	67,554	66,405	76,484	+ 23.2	+ 1.7	Produits alimentaires et connexes	17
41,747	45,925	56,506	50,464	100,618	+ 23.0	+ 12.0	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
							caments	
12,750	12,143	15,651	16,610	32,243	+ 28.9	- 5.8	Appareils et fournitures photographiques	19
5,489	5,509	5,561	6,187	4,614	+ 0.9	- 10.1	Tissus à la pièce	20
28,296	25,604	27,881	25,239	39,579	+ 8.9	+ 10.5	Literie et linge de maison	21
10,608	9,823	10,965	10,040	12,613	+ 11.6	+ 9.2	Menus articles	22
12,420	10,756	16,439	18,302	36,117	+ 52.8	- 10.2	Porcelaine et verrerie	23
11,555	13,856	14,121	13,977	12,290	+ 1.9	+ 1.0	Revêtements de plancher	24
13,448	14,424	16,321	15,915	17,810	+ 13.2	+ 2.6	Tentures, rideaux et housses	25
8,515	8,906	12,733	13,027	20,351	+ 43.0	- 2.3	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
							d'ameublement pour la maison	
38,348	39,172	40,456	41,444	42,258	+ 3.3	- 2.4	Meubles	27
38,390	40,546	42,791	38,119	43,404	+ 5.5	+ 12.3	Gros appareils ménagers	28
42,882	37,758	50,792	45,607	70,145	+ 34.5	+ 11.4	Télévision, radio et musique	29
31,952	35,470	43,031	42,506	75,242	+ 21.3	+ 1.2	Articles de ménage et petits appareils élec-	30
							triques	
23,160	27,897	25,797	26,870	37,750	- 7.5	- 4.0	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
							etc.	
9,471	10,164	10,337	9,390	9,361	+ 1.7	+ 10.1	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
							truction	
21,376	17,986	27,984	33,420	67,772	+ 55.6	- 16.3	Bijouterie	33
12,366	20,874	44,475	47,726	76,866	+ 113.1	- 6.8	Jouets et jeux	34
23,489	20,678	27,718	28,382	53,741	+ 34.0	- 2.3	Articles de sport et valises	35
27,368	22,388	32,907	31,925	60,674	+ 47.0	+ 3.1	Papeterie, livres et revues	36
15,261	19,543	22,217	22,668	23,007	+ 13.7	- 2.0	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
							réparation et fournitures	
19,985	20,015	23,950	23,161	30,894	+ 19.7	+ 3.4	Repas et casse-croûtes	38
7,409	9,006	11,914	9,569	9,607	+ 32.3	+ 24.5	Services et travaux de réparation	39
25,399	27,107	28,711	25,948	47,040	+ 5.9	+ 10.6	Tous autres rayons	40
859,926	859,089	1,073,558	1,036,498	1,542,685	+ 25.0	+ 3.6	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982(1)

No.	Department	1982						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	14,163	15,946	15,838	15,911	16,231	15,349	15,644
2	Women's and misses' coats and suits	13,713	14,589	13,722	15,291	13,468	13,332	14,329
3	Women's and misses' sportswear	42,070	45,503	44,678	46,307	47,261	44,347	46,809
4	Furs	2,389	2,941	4,384	2,604	3,162	3,488	3,639
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	22,067	22,678	22,795	23,779	23,874	22,732	22,503
6	Girls' and teenage girls' wear	14,602	16,246	16,660	16,753	17,207	15,841	15,994
7	Lingerie and women's sleepwear	16,658	17,529	16,733	17,974	16,836	16,814	16,728
8	Intimate apparel	8,521	9,448	9,088	9,144	9,376	8,722	8,993
9	Millinery	1,664	1,607	1,584	1,583	1,522	1,453	1,507
10	Women's and girls' hosiery	9,274	9,193	9,425	9,661	9,500	9,714	9,439
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	13,903	13,671	13,835	14,717	13,925	13,015	13,550
12	Women's, misses' and children's footwear	21,301	21,664	21,554	22,704	23,783	23,110	22,427
13	Men's clothing	35,418	35,391	34,313	35,512	36,875	36,349	34,205
14	Men's furnishings	36,817	37,638	38,181	39,262	40,876	39,970	40,459
15	Boys' clothing and furnishings	11,118	11,247	10,789	12,301	12,447	12,548	11,293
16	Men's and boys' footwear	14,921	13,474	13,625	14,450	15,996	14,674	13,634
17	Food and kindred products	57,722	58,254	54,223	56,448	56,495	56,021	56,700
18	Toiletries, cosmetics and drugs	43,859	44,698	45,338	45,365	44,189	46,135	45,373
19	Photographic equipment and supplies	12,906	13,437	13,472	13,704	13,040	13,889	13,309
20	Piece goods	4,540	4,496	4,513	4,409	4,368	4,413	4,616
21	Linens and domestics	23,374	23,461	23,599	23,526	23,266	26,439	23,752
22	Smallwares and notions	8,137	8,370	8,061	8,302	8,122	8,442	8,091
23	China and glassware	11,040	12,597	13,004	12,887	12,285	11,269	12,003
24	Floor coverings	11,128	11,772	12,050	12,001	11,282	12,066	11,371
25	Draperies, curtains and furniture coverings	12,506	13,689	14,722	13,886	14,394	14,986	13,415
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8,332	8,446	8,456	7,763	8,664	8,843	8,592
27	Furniture	35,723	41,685	37,845	40,178	38,347	39,123	35,517
28	Major appliances	36,745	39,250	34,912	35,244	31,988	35,217	33,938
29	Television, radio and music	31,672	33,566	34,122	36,254	33,320	37,740	35,129
30	Housewares and small electrical appliances	33,891	35,473	31,982	34,347	33,158	34,612	33,014
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	29,427	30,240	25,797	24,649	29,510	27,288	26,530
32	Plumbing, heating and building materials	8,621	9,208	8,680	9,536	10,723	8,697	10,704
33	Jewellery	20,439	21,516	22,048	21,046	20,450	20,566	21,862
34	Toys and games	20,232	20,704	19,644	21,054	19,544	21,542	20,327
35	Sporting goods and luggage	27,541	28,343	29,584	27,496	30,811	30,259	27,600
36	Stationery, books and magazines	23,204	26,300	24,443	25,473	24,080	25,414	26,335
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	21,234	18,706	17,672	17,013	18,262	17,739	18,216
38	Meals and lunches	21,392	23,043	21,027	20,530	20,045	20,311	19,861
39	Repairs and services	7,458	8,046	8,330	8,579	7,923	7,111	7,083
40	All other departments	28,491	29,121	26,756	26,296	28,410	28,751	27,514
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	814,939	856,240	822,512	842,892	850,497	843,908	831,311

Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1981 et 1982(1)

1982		1981				Change - Variation			
August	September	October	November	November	December	November/ October 1982	Rayon		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre	Novembre/ octobre 1982			
thousands of dollars						per cent		N°	
milliers de dollars						pourcentage			
16,001	15,834	15,934	17,131	18,011	16,247	+ 7.5	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1	
16,069	13,437	14,030	16,717	14,482	14,861	+ 19.2	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2	
45,572	45,762	42,715	44,139	47,204	46,188	+ 3.3	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3	
1,899	2,583	3,253	3,437	2,618	3,012	+ 5.7	Fourrures	4	
24,269	22,017	22,144	23,286	22,652	22,649	+ 5.2	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5	
16,458	15,627	15,205	16,259	15,744	15,772	+ 6.9	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
18,010	18,264	18,382	17,670	17,562	16,980	- 3.9	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
9,786	10,127	9,910	10,784	9,907	9,318	+ 8.8	Sous-vêtements	8	
1,612	1,735	1,503	1,751	1,582	1,622	+ 15.2	Chapeaux	9	
10,076	10,901	10,473	11,069	9,456	9,463	+ 5.7	Bas pour dames et fillettes	10	
14,143	14,698	14,750	15,040	14,769	14,421	+ 2.0	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11	
22,233	22,165	21,574	24,887	22,310	22,793	+ 15.4	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12	
34,184	34,806	32,809	35,349	36,586	36,127	+ 7.7	Vêtements pour hommes	13	
44,013	42,670	40,138	38,140	38,239	37,597	- 5.0	Articles d'habillement pour hommes	14	
12,912	11,129	11,476	12,163	11,574	11,623	+ 6.0	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15	
14,598	14,743	13,850	16,850	15,293	14,691	+ 21.7	Chaussures pour hommes et garçons	16	
56,998	55,904	57,685	57,522	58,608	55,417	- 0.3	Produits alimentaires et connexes	17	
47,388	46,551	49,070	49,484	45,253	45,403	+ 0.8	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18	
13,749	13,726	13,922	13,673	14,757	13,570	- 1.8	Appareils et fournitures photographiques	19	
4,926	4,723	4,683	4,721	5,461	4,779	+ 0.8	Tissus à la pièce	20	
25,519	25,226	25,538	25,645	23,785	24,195	+ 0.4	Literie et linge de maison	21	
8,948	9,043	8,609	9,217	8,634	8,409	+ 7.1	Menus articles	22	
11,977	12,854	12,943	11,768	13,302	13,203	- 9.1	Porcelaine et verrerie	23	
11,426	11,024	11,713	11,512	11,714	11,844	- 1.7	Revêtements de plancher	24	
14,042	12,770	13,394	14,684	14,748	15,093	+ 9.6	Tentures, rideaux et housses	25	
8,664	8,540	9,230	9,256	9,561	9,227	+ 0.3	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26	
36,642	35,859	39,508	39,346	41,434	42,581	- 0.4	Meubles	27	
31,912	34,595	38,527	42,540	38,521	39,495	+ 10.4	Gros appareils ménagers	28	
35,050	38,497	36,149	38,796	35,337	33,219	+ 7.3	Télévision, radio et musique	29	
34,536	34,305	39,473	34,933	35,479	34,190	- 11.5	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30	
25,694	23,896	26,057	24,441	26,263	26,943	- 6.2	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31	
9,349	9,466	9,064	10,465	9,655	9,496	+ 15.5	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32	
21,499	21,404	22,238	20,082	24,391	22,034	- 9.7	Bijouterie	33	
21,079	20,579	20,824	19,199	21,067	20,522	- 7.8	Jouets et jeux	34	
28,271	28,151	26,043	25,383	27,072	27,918	- 2.5	Articles de sport et valises	35	
26,863	25,423	25,639	26,040	25,325	26,059	+ 1.6	Papeterie, livres et revues	36	
17,432	16,815	16,291	17,898	18,508	16,870	+ 9.9	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37	
19,993	20,569	19,917	21,451	21,225	21,341	+ 7.7	Repas et casse-croûtes	38	
7,604	7,503	8,119	8,731	7,306	7,251	+ 7.5	Services et travaux de réparation	39	
29,030	30,768	29,916	29,765	28,477	29,675	- 0.5	Tous autres rayons	40	
850,005	843,975	847,980	866,681	866,384	851,917	+ 2.2	TOTAL, TOUS RAYONS	41	

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982

Province	1982							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	5,603	5,825	7,660	9,298	10,060	9,668	9,433	10,021
2 Prince Edward Island	3,311	2,956	3,744	4,285	4,446	4,797	6,030	5,098
3 Nova Scotia	12,967	13,146	16,382	20,455	20,369	20,303	19,946	21,808
4 New Brunswick	10,210	10,191	13,040	16,625	17,813	17,440	16,853	16,964
5 Quebec	106,158	98,370	118,529	145,086	151,798	135,809	134,696	142,230
6 Ontario	209,112	204,722	241,668	275,573	289,219	277,394	268,605	272,376
7 Manitoba	28,921	29,484	37,860	43,247	43,038	40,902	41,294	40,344
8 Saskatchewan	15,630	15,984	19,564	22,876	23,277	22,476	22,961	22,792
9 Alberta	94,682	89,528	107,825	118,352	117,905	121,211	111,068	114,077
10 British Columbia	111,571	105,658	125,556	133,329	130,256	137,522	130,167	126,910
11 Yukon and Northwest Territories	1,913	2,042	2,620	2,602	2,938	3,220	2,922	2,841
12 CANADA	600,079	577,906	694,447	791,728	811,119	790,742	763,975	775,460

TABLE 4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

		1982							
Selected metropolitan areas		January	February	March	April	May	June	July	August
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.		thousands of dollars - milliers de dollars							
1	Calgary	39,359	36,626	44,827	47,244	46,836	48,110	44,318	43,635
2	Edmonton	41,843	39,763	47,049	54,107	53,478	54,215	49,535	52,992
3	Halifax-Dartmouth	7,230	7,259	8,677	11,094	10,412	10,004	9,595	10,970
4	Hamilton	15,392	15,603	18,213	21,081	21,650	20,474	19,866	19,178
5	Montreal	65,774	60,945	72,444	89,467	89,527	79,362	78,723	83,744
6	Ottawa-Hull	23,619	22,154	28,777	33,061	34,977	32,654	31,017	32,095
7	Quebec City	13,736	12,624	15,388	18,963	21,038	19,196	18,411	19,777
8	Toronto	87,801	86,224	99,286	109,794	112,200	109,463	105,514	106,665
9	Vancouver	68,830	64,243	76,470	79,239	78,330	80,407	75,953	74,222
10	Winnipeg	26,332	26,800	34,351	39,272	38,966	36,918	37,372	36,432

TABEAU 3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1981 et 1982

1982		1981			Change - Variation		Province	NO
September	October	November	November	December	November/ October 1982	November 1982/1981		
Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre	Novembre/ octobre 1982	Novembre 1982/1981		
thousands of dollars - milliers de dollars								
9,903	11,067	13,775	13,146	19,400	+ 24.5	+ 4.8	Terre-Neuve	1
5,230	5,086	6,019	5,360	8,511	+ 18.3	+ 12.3	Île-du-Prince-Édouard	2
22,345	23,885	32,319	29,060	45,534	+ 35.3	+ 11.2	Nouvelle-Écosse	3
17,601	19,217	25,692	23,618	34,022	+ 33.7	+ 8.8	Nouveau-Brunswick	4
148,399	154,620	178,943	176,644	264,152	+ 15.7	+ 1.3	Québec	5
305,188	302,705	387,573	364,788	562,418	+ 28.0	+ 6.2	Ontario	6
46,588	44,257	57,953	54,511	76,621	+ 30.9	+ 6.3	Manitoba	7
25,635	25,662	34,458	30,263	42,556	+ 34.3	+ 13.9	Saskatchewan	8
125,582	127,275	158,132	157,178	225,573	+ 24.2	+ 0.6	Alberta	9
150,496	142,202	175,741	178,945	258,846	+ 23.6	- 1.8	Colombie-Britannique	10
2,958	3,112	2,954	2,985	5,051	- 5.1	- 1.0	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
859,926	859,089	1,073,558	1,036,498	1,542,685	+ 25.0	+ 3.6	CANADA	12

TABEAU 4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1982		1981			Change - Variation		Certaines zones métropolitaines	NO
September	October	November	November	December	November/ October 1982	November 1982/1981		
Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre	Novembre/ octobre 1982	Novembre 1982/1981		
thousands of dollars - milliers de dollars								
49,281	49,690	61,436	63,228	89,664	+ 23.6	- 2.8	Calgary	1
57,361	57,129	70,906	70,665	99,620	+ 24.1	+ 0.3	Edmonton	2
12,820	13,419	17,887	15,462	23,066	+ 33.3	+ 15.7	Halifax-Dartmouth	3
22,578	22,174	28,431	28,107	44,600	+ 28.2	+ 1.2	Hamilton	4
91,348	93,644	108,605	110,756	165,309	+ 16.0	- 1.9	Montréal	5
36,920	37,657	44,801	40,670	58,686	+ 19.0	+ 10.2	Ottawa-Hull	6
20,723	21,461	25,300	23,288	31,381	+ 17.9	+ 8.6	Ville de Québec	7
126,920	121,498	156,823	147,324	230,396	+ 29.1	+ 6.4	Toronto	8
91,441	85,071	104,703	109,284	153,147	+ 23.1	- 4.2	Vancouver	9
42,384	40,028	52,572	49,523	68,668	+ 31.3	+ 6.2	Winnipeg	10

TABLE 5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982

		1982							
Province		January	February	March	April	May	June	July	August
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.		thousands of dollars - milliers de dollars							
1	Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	x
2	Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	x
3	Nova Scotia	x	x	x	x	x	x	x	x
4	New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	x
5	Quebec	61,088	56,009	68,858	81,067	83,063	73,948	73,714	76,393
6	Ontario	130,523	129,584	151,871	166,003	169,784	164,109	159,248	159,596
7	Manitoba	20,017	19,818	26,132	28,201	26,829	26,205	26,399	25,890
8	Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	x
9	Alberta	77,514	71,402	87,310	92,714	89,415	94,099	84,406	86,868
10	British Columbia	93,499	88,188	105,361	107,860	104,021	109,380	103,284	101,775
11	Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	x
12	CANADA	404,404	386,451	467,207	506,180	504,670	498,570	477,615	480,451

TABLE 6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

No.	Selected metropolitan areas	1982							
		January	February	March	April	May	June	July	August
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
		thousands of dollars - milliers de dollars							
1	Calgary	32,084	29,114	36,656	36,350 ^F	35,223	37,456	33,647	33,935
2	Edmonton	35,423	32,890	39,084	43,953	42,105	43,381	39,048	41,355
3	Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x	x
4	Hamilton	11,871	11,943	13,875	15,936	16,165	15,114	14,840	13,973
5	Montreal	42,242	39,667	48,192	56,661	55,322	48,659	48,943	51,605
6	Ottawa-Hull	15,821	14,639	19,329	19,953	22,267	21,006	20,563	19,729
7	Quebec City	x	x	x	x	x	x	x	x
8	Toronto	65,495	65,256	74,976	80,710	80,223	78,069	75,481	77,380
9	Vancouver	61,670	57,641	68,857	69,932	68,830	69,984	66,095	64,649
10	Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982

1982		1981		Change - Variation			Province	No
September	October	November	November	December	November/ October 1982	November 1982/1981		
Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre	Novembre/ octobre 1982	Novembre 1982/1981		
thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
x	x	x	x	x	x	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
88,696	90,751	106,763	105,163	145,632	+ 17.6	+ 1.5	Québec	5
196,784	189,082	245,792	228,634	333,761	+ 30.0	+ 7.5	Ontario	6
33,309	29,310	39,694	36,915	48,918	+ 35.4	+ 7.5	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
100,475	99,298	124,170	125,097	175,029	+ 25.0	- 0.7	Alberta	9
125,830	115,913	143,087	146,917	207,453	+ 23.4	- 2.6	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
583,344	562,694	708,644	686,067	972,086	+ 25.9	+ 3.3	CANADA	12

TABLEAU 6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

[illegible]

TABLE 7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982

Province	1982							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	x	x	x	x	x	x	x	x
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	45,070	42,360	49,671	64,018	68,736	61,861	60,981	65,831
6 Ontario	78,589	75,138	89,797	109,569	119,435	113,290	109,358	112,780
7 Manitoba	8,905	9,666	11,727	15,046	16,208	14,697	14,895	14,451
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	17,168	18,126	20,516	25,639	28,490	27,112	26,662	27,201
10 British Columbia	18,072	17,470	20,195	25,468	26,234	28,142	26,883	25,131
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	195,675	191,455	227,240	285,547	306,449	292,172	286,359	295,011

TABLE 8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

Selected metropolitan areas	1982							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	7,274	7,513	8,171	10,894	11,613	10,654	10,671	9,701
2 Edmonton	6,420	6,874	7,965	10,154	11,373	10,834	10,488	11,631
3 Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x	x
4 Hamilton	3,521	3,661	4,337	5,146	5,485	5,360	5,026	5,201
5 Montreal	23,532	21,278	24,251	32,806	34,205	30,704	29,780	32,131
6 Ottawa-Hull	7,798	7,515	9,449	13,108	12,711	11,648	10,454	12,361
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	22,306	20,968	24,310	29,084	31,978	31,394	30,032	29,281
9 Vancouver	7,160	6,602	7,613	9,307	9,500	10,423	9,858	9,511
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982

1982	1981				Change - Variation		Province	No
September	October	November	November	December	November/ October 1982	November 1982/1981		
Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre	Novembre/ octobre 1982	Novembre 1982/1981		
Thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
x	x	x	x	x	x	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
59,703	63,870	72,180	71,481	118,520	+ 13.0	+ 1.0	Québec	5
108,405	113,623	141,780	136,152	228,657	+ 24.8	+ 4.1	Ontario	6
13,280	14,947	18,260	17,596	27,703	+ 22.2	+ 3.8	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
25,107	27,977	33,962	32,081	50,544	+ 21.4	+ 5.9	Alberta	9
24,666	26,289	32,654	32,028	51,393	+ 24.2	+ 2.0	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
276,582	296,395	364,914	350,430	570,598	+ 23.1	+ 4.1	CANADA	12

TABLEAU 8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

[illegible]

TABLE 9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982

		1982						
Province		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		number - nombre						
1	Newfoundland	15	14	14	14	14	14	14
2	Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7	7
3	Nova Scotia	30	30	30	30	30	30	30
4	New Brunswick	27	26	26	26	26	26	26
5	Quebec	163	163	164	164	164	164	164
6	Ontario	294	294	296	297	297	298	296
7	Manitoba	37	37	38	38	38	38	38
8	Saskatchewan	26	26	26	27	28	28	28
9	Alberta	82	82	82	82	82	82	82
10	British Columbia	99	98	98	100	101	102	102
11	Yukon and Northwest Territories	7	7	7	7	7	7	7
12	CANADA	787	784	788	792	794	796	794

TABLE 10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

		1982						
Selected metropolitan areas		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		number - nombre						
1	Calgary	27	27	27	27	27	27	27
2	Edmonton	31	31	31	31	31	31	31
3	Halifax-Dartmouth	11	11	11	11	11	11	11
4	Hamilton	24	24	24	24	24	24	24
5	Montreal	80	80	80	80	80	80	80
6	Ottawa-Hull	31	31	31	31	31	31	31
7	Quebec City	17	17	17	17	17	17	17
8	Toronto	86	86	87	88	88	89	87
9	Vancouver	40	39	39	39	39	40	40
10	Winnipeg	29	29	30	30	30	30	30

TABLEAU 9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1981 et 1982

1982			1981			Province	N ^o
August	September	October	November	November	December		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
14	14	14	14	15	15	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
31	32	32	32	30	30	Nouvelle-Écosse	3
25	25	25	25	27	27	Nouveau-Brunswick	4
162	162	163	164	163	163	Québec	5
299	299	300	301	294	294	Ontario	6
38	38	38	38	37	37	Manitoba	7
28	28	29	29	26	26	Saskatchewan	8
83	83	84	84	82	82	Alberta	9
102	102	101	102	99	99	Colombie-Britannique	10
7	7	7	7	7	7	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
796	797	800	803	787	787	CANADA	12

TABLEAU 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1982			1981			Certaines zones métropolitaines	N ^o
August	September	October	November	November	December		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
27	27	27	27	27	27	Calgary	1
32	32	32	32	31	31	Edmonton	2
12	13	13	13	11	11	Halifax-Dartmouth	3
24	24	24	24	24	24	Hamilton	4
79	79	80	80	80	80	Montréal	5
32	32	32	32	31	31	Ottawa-Hull	6
17	18	18	19	17	17	Ville de Québec	7
86	87	88	89	86	86	Toronto	8
41	41	41	41	40	40	Vancouver	9
30	30	30	30	29	29	Winnipeg	10

TABLE 11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982

		1982						
Province		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		number - nombre						
1	Newfoundland	9	8	8	8	8	8	8
2	Prince Edward Island	3	3	3	3	3	3	3
3	Nova Scotia	5	5	5	5	5	5	5
4	New Brunswick	6	6	6	6	6	6	6
5	Quebec	58	58	58	58	58	58	58
6	Ontario	110	110	111	112	112	113	111
7	Manitoba	18	18	18	18	18	18	18
8	Saskatchewan	14	14	14	14	15	15	15
9	Alberta	51	51	51	51	51	51	51
10	British Columbia	59	59	59	60	61	61	61
11	Yukon and Northwest Territories	6	6	6	6	6	6	6
12	CANADA	339	338	339	341	343	344	342

TABLE 12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

		1982						
Selected metropolitan areas		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		number - nombre						
1	Calgary	15	15	15	15	15	15	15
2	Edmonton	19	19	19	19	19	19	19
3	Halifax-Dartmouth	4	4	4	4	4	4	4
4	Hamilton	15	15	15	15	15	15	15
5	Montreal	32	32	32	32	32	32	32
6	Ottawa-Hull	13	13	13	13	13	13	13
7	Quebec City	6	6	6	6	6	6	6
8	Toronto	40	40	41	42	42	42	40
9	Vancouver	26	26	26	26	26	26	26
10	Winnipeg	13	13	13	13	13	13	13

TABLEAU 11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982

1982			1981			Province	N ^o
August	September	October	November	November	December		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
8	8	8	8	9	9	Terre-Neuve	1
3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard	2
5	6	6	6	5	5	Nouvelle-Écosse	3
5	5	5	5	6	6	Nouveau-Brunswick	4
57	58	58	58	58	58	Québec	5
112	112	113	113	110	110	Ontario	6
18	18	18	18	18	18	Manitoba	7
15	15	15	15	14	14	Saskatchewan	8
51	51	51	51	51	51	Alberta	9
61	61	60	60	59	59	Colombie-Britannique	10
6	6	6	6	6	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
341	343	343	343	339	339	CANADA	12

TABLEAU 12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1982			1981			Certaines zones métropolitaines	N ^o
August	September	October	November	November	December		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
15	15	15	15	15	15	Calgary	1
19	19	19	19	19	19	Edmonton	2
4	5	5	5	4	4	Halifax-Dartmouth	3
15	15	15	15	15	15	Hamilton	4
31	31	31	31	32	32	Montréal	5
13	13	13	13	13	13	Ottawa-Hull	6
6	7	7	7	6	6	Ville de Québec	7
39	40	40	40	40	40	Toronto	8
26	26	26	26	26	26	Vancouver	9
13	13	13	13	13	13	Winnipeg	10

TABLE 13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982

		1982						
Province		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		number - nombre						
1	Newfoundland	6	6	6	6	6	6	6
2	Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4	4
3	Nova Scotia	25	25	25	25	25	25	25
4	New Brunswick	21	20	20	20	20	20	20
5	Quebec	105	105	106	106	106	106	106
6	Ontario	184	184	185	185	185	185	185
7	Manitoba	19	19	20	20	20	20	20
8	Saskatchewan	12	12	12	13	13	13	13
9	Alberta	31	31	31	31	31	31	31
10	British Columbia	40	39	39	40	40	41	41
11	Yukon and Northwest Territories	1	1	1	1	1	1	1
12	CANADA	448	446	449	451	451	452	452

TABLE 14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

		1982						
Selected metropolitan areas		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		number - nombre						
1	Calgary	12	12	12	12	12	12	12
2	Edmonton	12	12	12	12	12	12	12
3	Halifax-Dartmouth	7	7	7	7	7	7	7
4	Hamilton	9	9	9	9	9	9	9
5	Montreal	48	48	48	48	48	48	48
6	Ottawa-Hull	18	18	18	18	18	18	18
7	Quebec City	11	11	11	11	11	11	11
8	Toronto	46	46	46	46	46	47	47
9	Vancouver	14	13	13	13	13	14	14
10	Winnipeg	16	16	17	17	17	17	17

TABLEAU 13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982

1982			1981			Province	N ^o
August	September	October	November	November	December		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
6	6	6	6	6	6	Terre-Neuve	1
4	4	4	4	4	4	Île-du-Prince-Édouard	2
26	26	26	26	25	25	Nouvelle-Écosse	3
20	20	20	20	21	21	Nouveau-Brunswick	4
105	104	105	106	105	105	Québec	5
187	187	187	188	184	184	Ontario	6
20	20	20	20	19	19	Manitoba	7
13	13	14	14	12	12	Saskatchewan	8
32	32	33	33	31	31	Alberta	9
41	41	41	42	40	40	Colombie-Britannique	10
1	1	1	1	1	1	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
455	454	457	460	448	448	CANADA	12

TABLEAU 14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1982			1981			Certaines zones métropolitaines	N ^o
August	September	October	November	November	December		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
12	12	12	12	12	12	Calgary	1
13	13	13	13	12	12	Edmonton	2
8	8	8	8	7	7	Halifax-Dartmouth	3
9	9	9	9	9	9	Hamilton	4
48	48	49	49	48	48	Montréal	5
19	19	19	19	18	18	Ottawa-Hull	6
11	11	11	12	11	11	Ville de Québec	7
47	47	48	49	46	46	Toronto	8
15	15	15	15	14	14	Vancouver	9
17	17	17	17	16	16	Winnipeg	10

TABLE 15. Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982
January-November

TABLEAU 15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982
Janvier-novembre

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1982/1981
		1981 ¹	1982	Variation 1982/1981
		thousands of dollars milliers de dollars		per cent pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	175,657	168,198	- 4.2
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	154,226	151,187	- 2.0
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sport pour dames et jeunes filles	481,704	473,409	- 1.7
4	Furs - Fourrures	25,637	28,621	+ 11.6
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	229,247	238,495	+ 4.0
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	165,410	168,000	+ 1.6
7	Lingerie and women's sleeperwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	158,669	164,983	+ 4.0
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	97,991	100,130	+ 2.2
9	Millinery - Chapeaux	14,090	15,306	+ 8.6
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	94,527	103,197	+ 9.2
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	141,814	136,157	- 4.0
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	241,502	240,530	- 0.4
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	369,971	353,166	- 4.5
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	353,808	371,665	+ 5.0
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habille- ment pour garçons	113,971	118,966	+ 4.4
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	156,523	153,329	- 2.0
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	581,794	601,796	+ 3.4
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	420,899	452,383	+ 7.5
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	134,996	130,226	- 3.5
20	Piece goods - Tissus à la pièce	56,329	50,552	- 10.3
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	249,970	254,653	+ 1.9
22	Smallwares and notions - Menus articles	91,603	89,483	- 2.3
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	120,148	113,475	- 5.6
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	138,208	126,861	- 8.2
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	159,285	150,404	- 5.6
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	92,095	84,697	- 8.0
27	Furniture - Meubles	499,653	417,978	- 16.3
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	448,201	389,588	- 13.1
29	Television, radio and music - Télévision, radio et musique	331,764	353,451	+ 6.5
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	331,898	338,194	+ 1.9
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	284,021	281,285	- 1.0
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	101,354	105,215	+ 3.8
33	Jewellery - Bijouterie	202,016	188,570	- 6.7
34	Toys and games - Jouets et jeux	166,917	165,970	- 0.6
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	283,767	283,940	+ 0.1
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	239,061	244,735	+ 2.4
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	190,005	189,557	- 0.2
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	220,769	218,260	- 1.1
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	72,213	84,423	+ 16.9
40	All other departments - Tous autres rayons	283,675	296,994	+ 4.7
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	8,675,388	8,598,029	- 0.9

TABLE 16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982
January-November

TABEAU 16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1981 et 1982
Janvier-novembre

Province	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	100,147	102,313	+ 2.2
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	48,255	51,002	+ 5.7
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	210,680	223,925	+ 6.3
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	173,588	181,646	+ 4.6
Québec	1,544,806	1,514,638	- 2.0
Ontario	3,034,990	3,034,135	--
Manitoba	440,726	453,888	+ 3.0
Saskatchewan	245,417	251,315	+ 2.4
Alberta	1,295,759	1,285,637	- 0.8
British Columbia - Colombie-Britannique	1,550,399	1,469,408	- 5.2
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	30,628	30,122	- 1.7
CANADA	8,675,388	8,598,029	- 0.9

TABLE 17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982
January-November

TABEAU 17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines,
1981 et 1982
Janvier-novembre

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
Certaines zones métropolitaines	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	520,760	511,362	- 1.8
Edmonton	590,525	578,378	- 2.1
Halifax-Dartmouth	109,782	119,367	+ 8.7
Hamilton	228,272	224,640	- 1.6
Montréal	949,890	913,583	- 3.8
Ottawa-Hull	337,110	357,732	+ 6.1
Quebec City - Ville de Québec	205,576	206,617	+ 0.5
Toronto	1,241,444	1,222,188	- 1.6
Vancouver	940,664	878,909	- 6.6
Winnipeg	398,281	411,427	+ 3.3

TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982
January-November

TABLEAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982
Janvier-novembre

Province	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	x	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	897,879	860,350	- 4.2
Ontario	1,895,663	1,862,376	- 1.8
Manitoba	291,993	301,804	+ 3.4
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	1,020,348	1,007,671	- 1.2
British Columbia - Colombie-Britannique	1,289,851	1,198,198	- 7.1
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	5,737,002	5,580,230	- 2.7

TABLE 19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982
January-November

TABLEAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982
Janvier-novembre

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	410,017	403,676	- 1.5
Edmonton	479,710	466,451	- 2.8
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	171,452	169,777	- 1.0
Montréal	617,888	586,538	- 5.1
Ottawa-Hull	223,177	233,363	+ 4.6
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	934,242	904,518	- 3.2
Vancouver	837,960	776,099	- 7.4
Winnipeg	x	x	x

TABLE 20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982
January-November

TABEAU 20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982
Janvier-novembre

Province	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	x	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	646,928	654,287	+ 1.1
Ontario	1,139,326	1,171,764	+ 2.8
Manitoba	148,733	152,085	+ 2.3
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	275,409	277,968	+ 0.9
British Columbia - Colombie-Britannique	260,546	271,208	+ 4.1
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	2,938,385	3,017,798	+ 2.7

TABLE 21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982
January-November

TABEAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines,
1981 et 1982
Janvier-novembre

Selected metropolitan areas Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	110,745	107,685	- 2.8
Edmonton	110,816	111,929	+ 1.0
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	56,820	54,864	- 3.4
Montréal	332,004	327,045	- 1.5
Ottawa-Hull	113,930	124,369	+ 9.2
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	307,204	317,670	+ 3.4
Vancouver	102,703	102,809	+ 0.1
Winnipeg	x	x	x

TABLE 22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981 and 1982

TABLEAU 22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981 et 1982

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales	Distri-	Sales	Distri-	Sales	Distri-
	Ventes	bution	Ventes	bution	Ventes	bution
	'000	%	'000	%	'000	%
1981:						
January - Janvier	643,821	100.0	442,269	68.7	201,552	31.3
February - Février	568,767	100.0	381,684	67.1	187,082	32.9
March - Mars	688,718	100.0	471,588	68.5	217,130	31.5
April - Avril	793,595	100.0	521,698	65.7	271,897	34.3
May - Mai	822,881	100.0	532,820	64.8	290,061	35.2
June - Juin	835,934	100.0	548,803	65.7	287,131	34.3
July - Juillet	757,743	100.0	485,895	64.1	271,848	35.9
August - Août	786,492	100.0	499,216	63.5	287,276	36.5
September - Septembre	848,390	100.0	575,366	67.8	273,024	32.2
October - Octobre	892,549	100.0	591,596	66.3	300,954	33.7
November - Novembre	1,036,498	100.0	686,067	66.2	350,430	33.8
December - Décembre	1,542,685	100.0	972,086	63.0	570,598	37.0
Year - Année	10,218,073	100.0	6,709,088	65.7	3,508,983	34.3
1982:						
January - Janvier	600,079	100.0	404,404	67.4	195,675	32.6
February - Février	577,906	100.0	386,451	66.9	191,455	33.1
March - Mars	694,447	100.0	467,207	67.3	227,240	32.7
April - Avril	791,728	100.0	506,180	63.9	285,547	36.1
May - Mai	811,119	100.0	504,670	62.2	306,449	37.8
June - Juin	790,742	100.0	498,570	63.1	292,172	36.9
July - Juillet	763,975	100.0	477,615	62.5	286,359	37.5
August - Août	775,460	100.0	480,451	62.0	295,010	38.0
September - Septembre	859,926	100.0	583,344	67.8	276,582	32.2
October - Octobre	859,089	100.0	562,694	65.5	296,395	34.5
November - Novembre	1,073,558	100.0	708,644	66.0	364,914	34.0
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 23. Department Store Monthly Sales as a Percentage of Total Retail Trade, by Province, 1981 and 1982
November

TABLERAU 23. Proportions procentuelles mensuelles des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province, 1981 et 1982
Novembre

Province	1981 ^r	1982
	per cent - pourcentage	
Newfoundland - Terre-Neuve	9.4	8.8
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	17.1	17.2
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	11.6	11.8
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	12.0	11.6
Québec	9.4	8.8
Ontario	12.0	12.2
Manitoba	17.1	17.2
Saskatchewan	8.9	9.7
Alberta	16.4	16.6
British Columbia - Colombie-Britannique	17.7	17.8
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	12.6	13.5
CANADA	12.6	12.6

TABLE 24. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, 1981 and 1982

No.	Department	1982							
		January	February	March	April	May	June	July	August
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
		thousands of dollars milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	45,563	46,324	49,956	61,422	53,996	44,779	50,075	42,110
2	Women's and misses' coats and suits	28,018	36,932	37,386	35,287	31,781	34,347	53,829	56,166
3	Women's and misses' sportswear	98,814	104,198	120,456	146,437	139,327	113,690	122,569	117,549
4	Furs	18,433	17,186	16,269	16,249	16,435	17,921	16,901	18,268
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	61,548	60,033	60,661	80,996	70,348	67,120	84,158	70,317
6	Girls' and teenage girls' wear	35,182	39,073	44,171	54,035	49,388	43,281	56,772	47,476
7	Lingerie and women's sleepwear	40,036	40,592	45,160	53,303	51,133	44,395	45,635	46,172
8	Intimate apparel	32,235	28,340	29,431	33,805	32,265	29,431	30,072	29,858
9	Millinery	1,705	1,194	1,029	1,228	1,319	1,142	1,151	1,635
10	Women's and girls' hosiery	20,962	21,453	24,788	28,088	28,136	26,223	29,365	30,231
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	34,682	38,123	41,945	49,058	45,061	36,849	41,291	42,804
12	Women's, misses' and children's footwear	87,084	94,059	109,852	127,461	115,719	104,305	103,144	100,597
13	Men's clothing	121,023	144,954	153,997	188,986	165,246	151,568	151,950	183,318
14	Men's furnishings	115,358	119,780	128,539	156,904	149,582	132,185	146,369	150,374
15	Boys' clothing and furnishings	35,239	37,910	37,033	43,855	38,244	34,101	51,118	35,957
16	Men's and boys' footwear	67,699	68,641	76,775	89,539	88,004	80,766	77,195	75,379
17	Food and kindred products	38,730	32,819	35,302	35,516	33,314	35,152	33,710	28,550
18	Toiletries, cosmetics and drugs	168,715	136,298	145,774	176,578	171,034	167,698	168,487	155,273
19	Photographic equipment and supplies	54,039	47,485	45,858	62,039	57,622	52,117	53,926	54,882
20	Piece goods	26,758	27,466	31,482	32,886	31,183	31,091	31,686	28,807
21	Linens and domestics	105,895	104,167	108,155	118,515	114,625	106,454	101,390	89,195
22	Smallwares and notions	35,714	32,999	34,159	43,815	43,739	41,995	43,017	38,498
23	China and glassware	79,696	84,356	87,916	89,585	94,417	88,675	91,333	91,100
24	Floor coverings	59,308	53,602	56,326	65,293	61,679	62,160	58,862	56,431
25	Draperies, curtains and furniture coverings	74,144	67,185	66,471	74,758	67,791	63,883	65,079	58,907
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	44,908	43,607	45,553	55,147	51,384	50,536	50,871	51,391
27	Furniture	203,525	197,657	199,513	228,763	213,091	196,515	195,498	182,060
28	Major appliances	67,844	57,690	57,243	65,702	61,359	57,572	60,881	60,058
29	Television, radio and music	119,077	113,348	121,728	143,899	135,821	134,059	128,410	123,865
30	Housewares and small electrical appliances	128,912	117,029	123,454	150,298	142,848	141,682	139,901	134,717
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	109,649	96,519	116,389	150,983	140,726	141,579	139,821	138,091
32	Plumbing, heating and building materials	33,209	31,260	31,762	43,256	34,229	33,689	34,599	33,449
33	Jewellery	112,886	113,175	119,253	133,470	128,962	119,789	118,055	114,060
34	Toys and games	73,582	67,604	69,487	88,032	75,209	69,867	76,257	93,439
35	Sporting goods and luggage	106,210	109,124	120,993	159,494	151,440	133,323	127,221	116,701
36	Stationery, books and magazines	85,895	77,322	78,563	93,255	96,064	94,589	103,269	97,943
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	45,833	44,780	41,673	55,367	51,576	47,686	47,899	49,536
38	Meals and lunches	1,490	959	799	797	741	733	689	640
39	Repairs and services	5,313	4,271	4,298	5,961	5,070	5,450	5,536	5,625
40	All other departments	60,107	58,607	64,393	84,704	80,703	70,706	68,642	60,030
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,685,020	2,618,121	2,783,992	3,324,766	3,120,611	2,909,103	3,006,633	2,911,459

(1) At selling value.

TABLEAU 24. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1982		1981			Change - Variation		Rayon	N°
September	October	November	November	December	November/ October 1982	November 1982/1981		
Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre	Novembre/ octobre 1982	Novembre 1982/1981		
thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
43,071	53,378	50,583	53,746	45,831	- 5.2	- 5.9	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
68,444	65,591	51,973	60,150	35,304	- 20.8	- 13.6	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
113,814	133,312	138,390	137,605	98,255	+ 3.8	+ 0.6	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
17,581	22,888	20,370	25,164	21,783	- 11.0	- 19.1	Fourrures	4
70,793	83,445	72,788	77,985	67,443	- 12.8	- 6.7	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
51,846	50,839	52,016	47,906	34,701	+ 2.3	+ 8.6	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
46,201	59,670	64,812	68,621	40,855	+ 8.6	- 5.6	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
26,010	33,061	32,089	37,252	31,897	- 2.9	- 13.9	Sous-vêtements	8
1,848	3,372	3,694	3,278	3,027	+ 9.5	+ 12.7	Chapeaux	9
26,884	31,392	31,460	26,604	20,860	+ 0.2	+ 18.3	Bas pour dames et fillettes	10
44,074	55,220	59,143	58,659	37,112	+ 7.1	+ 0.8	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
98,004	108,974	96,642	97,725	94,195	- 11.3	- 1.1	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
161,417	185,703	179,391	199,866	166,447	- 3.4	- 10.2	Vêtements pour hommes	13
158,987	193,335	178,661	168,170	107,165	- 7.6	+ 6.2	Articles d'habillement pour hommes	14
39,741	49,495	42,770	46,414	34,246	- 13.6	- 7.9	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
65,322	77,049	76,019	86,002	76,019	- 1.3	- 11.6	Chaussures pour hommes et garçons	16
32,625	36,602	44,883	41,887	25,657	+ 22.6	+ 7.2	Produits alimentaires et connexes	17
147,727	193,810	215,213	208,185	151,994	+ 11.0	+ 3.4	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
50,093	68,055	62,582	60,613	44,962	- 8.0	+ 3.2	Appareils et fournitures photographiques	19
23,323	30,134	25,919	31,952	30,923	- 14.0	- 18.9	Tissus à la pièce	20
84,877	97,554	113,664	129,646	119,640	+ 16.5	- 12.3	Literie et linge de maison	21
35,601	37,224	35,317	38,944	42,553	- 5.1	- 9.3	Menus articles	22
86,412	90,829	101,825	98,820	106,239	+ 12.1	+ 3.0	Porcelaine et verrerie	23
52,391	54,495	48,233	59,510	66,289	- 11.5	- 18.9	Revêtements de plancher	24
56,455	65,430	62,564	76,572	76,095	- 4.4	- 18.3	Tentures, rideaux et housses	25
48,686	59,593	56,245	56,350	43,282	- 5.6	- 0.2	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
170,103	189,140	186,938	214,334	237,373	- 1.2	- 12.8	Meubles	27
56,391	56,496	58,730	85,708	81,194	+ 4.0	- 31.5	Gros appareils ménagers	28
114,089	147,043	154,860	149,488	128,437	+ 5.3	+ 3.6	Télévision, radio et musique	29
134,389	147,871	177,982	166,421	125,107	+ 20.4	+ 6.9	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
121,437	140,444	127,452	142,527	123,138	- 9.3	- 10.6	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
33,790	35,081	39,492	32,824	34,101	+ 12.6	+ 20.3	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
107,078	134,856	150,622	140,658	108,515	+ 11.7	+ 7.1	Bijouterie	33
109,250	144,072	117,276	112,172	55,096	- 18.6	+ 4.6	Jouets et jeux	34
119,695	158,701	142,586	152,274	123,644	- 10.2	- 6.4	Articles de sport et valises	35
90,186	105,128	112,947	100,573	74,564	+ 7.4	+ 12.3	Papeterie, livres et revues	36
50,783	56,150	52,299	55,509	47,423	- 6.9	- 5.8	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
861	821	896	1,386	1,341	+ 9.1	- 35.4	Repas et casse-croûtes	38
4,799	5,691	6,165	5,825	4,462	+ 8.3	+ 5.8	Services et travaux de réparation	39
61,375	76,189	79,225	80,260	77,034	+ 4.0	- 1.3	Tous autres rayons	40
2,826,453	3,338,133	3,324,716	3,437,585	2,844,203	- 0.4	- 3.3	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982(1)

No.	Department	1982						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	50,757	46,815	46,740	51,023	48,544	52,300	54,607
2	Women's and misses' coats and suits	39,366	43,467	43,721	44,980	47,470	50,274	42,422
3	Women's and misses' sportswear	119,224	112,137	116,281	123,492	121,672	122,090	120,627
4	Furs	18,866	19,567	20,677	18,994	18,939	21,717	18,138
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	73,823	69,843	68,204	74,084	68,239	74,379	68,639
6	Girls' and teenage girls' wear	47,493	44,100	46,861	49,419	45,844	48,299	46,246
7	Lingerie and women's sleepwear	51,292	48,741	47,738	47,605	46,573	49,153	48,579
8	Intimate apparel	31,930	29,542	31,003	33,328	30,081	32,147	30,853
9	Millinery
10	Women's and girls' hosiery	23,207	23,237	25,486	26,077	25,846	28,049	28,786
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	40,955	42,013	44,195	45,593	43,449	42,190	43,542
12	Women's, misses' and children's footwear	106,011	103,471	107,973	113,027	107,516	107,586	97,785
13	Men's clothing	158,767	157,506	164,036	186,450	162,356	185,020	157,788
14	Men's furnishings	137,525	135,833	138,587	145,605	137,483	148,756	146,179
15	Boys' clothing and furnishings	40,752	39,215	41,902	42,949	39,937	38,264	41,603
16	Men's and boys' footwear	83,509	80,746	76,530	79,946	78,240	85,232	75,615
17	Food and kindred products
18	Toiletries, cosmetics and drugs	167,305	160,371	160,668	166,929	163,497	181,256	174,093
19	Photographic equipment and supplies	54,544	53,116	53,348	60,414	55,204	60,272	55,537
20	Piece goods	29,644	27,755	31,347	30,804	29,915	32,172	31,276
21	Linens and domestics	116,706	106,351	110,531	108,055	101,889	103,575	103,787
22	Smallwares and notions	40,307	38,107	37,158	40,197	38,263	39,306	38,852
23	China and glassware	89,870	94,516	92,974	88,018	90,093	92,572	92,377
24	Floor coverings	59,724	56,610	58,765	63,688	59,017	60,268	57,793
25	Draperies, curtains and furniture coverings	77,555	67,538	67,834	69,516	62,251	65,602	63,991
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	51,070	48,428	47,501	54,225	46,468	50,551	49,587
27	Furniture	215,180	204,819	198,303	207,044	191,957	192,210	197,154
28	Major appliances	68,637	55,197	55,147	60,818	58,796	60,247	63,971
29	Television, radio and music	126,026	124,398	124,785	134,901	130,723	138,505	135,539
30	Housewares and small electrical appliances	141,033	129,060	126,257	136,834	131,839	143,971	140,618
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	125,575	121,003	123,094	124,390	120,943	128,377	123,398
34	Toys and games	86,589	84,958	84,813	92,074	82,367	86,501	87,682
35	Sporting goods and luggage	142,735	131,218	128,880	139,381	129,902	137,602	129,395
36	Stationery, books and magazines	96,445	92,222	90,333	93,022	89,487	98,530	97,724
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies
38	Meals and lunches
39	Repairs and services
40	All other departments
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,027,526	2,882,407	2,920,680	3,131,549	2,930,977	3,109,013	2,966,584

Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1981 et 1982(1)

1982			1981			Change - Variation		Rayon	N°
August	September	October	November	November	December	November/ October 1982			
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre	Novembre/ octobre 1982			
thousands of dollars							per cent		
milliers de dollars							pourcentage		
48,060	51,135	45,251	43,764	46,503	50,872	- 3.3		Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
42,518	51,250	43,044	42,327	49,261	45,778	- 1.7		Formes pour dames et jeunes filles	
118,330	131,319	117,902	121,256	120,449	123,659	+ 2.8		Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
16,685	15,205	17,436	16,462	20,307	20,306	- 5.6		filles	
66,588	74,527	70,471	67,166	72,070	75,708	- 4.7		Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
								Fourrures	4
								Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
								de chambres d'enfants	
43,066	52,630	42,554	45,761	42,156	48,296	+ 7.5		Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
45,974	50,169	44,707	48,245	51,021	52,869	+ 7.9		Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
29,951	31,228	30,550	27,043	31,443	31,691	- 11.5		Sous-vêtements	8
...		Chapeaux	9
26,867	29,039	28,816	29,181	24,685	24,276	+ 1.3		Bas pour dames et fillettes	10
44,536	49,333	41,660	43,924	43,428	44,596	+ 5.4		Gants, moufles et articles de parure pour	11
91,844	105,619	98,423	97,470	98,696	104,415	- 1.0		dames et fillettes	
157,856	162,801	144,753	147,102	164,356	182,672	+ 1.6		Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
147,166	161,408	145,584	147,898	139,081	142,257	+ 1.6		enfants	
36,516	40,656	37,840	38,514	41,743	42,491	+ 1.8		Vêtements pour hommes	13
								Articles d'habillement pour hommes	14
								Vêtements et articles d'habillement pour	15
								garçons	
72,355	70,848	63,415	71,406	80,721	86,616	+ 12.6		Chaussures pour hommes et garçons	16
...		Produits alimentaires et connexes	17
174,190	170,310	153,854	162,560	156,981	170,279	+ 5.7		Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
58,988	58,059	50,512	47,232	45,784	50,738	- 6.5		caments	
28,096	25,746	27,786	25,559	31,560	31,435	- 8.0		Appareils et fournitures photographiques	19
								Tissus à la pièce	20
95,477	103,307	91,746	104,279	119,085	119,674	+ 13.7		Literie et linge de maison	21
37,522	39,685	36,171	36,997	40,712	42,018	+ 2.3		Menus articles	22
91,890	94,750	82,243	86,439	83,857	98,775	+ 5.1		Porcelaine et verrerie	23
55,401	59,814	52,591	50,097	61,805	60,813	- 4.7		Revêtements de plancher	24
60,879	66,145	61,738	61,914	75,653	74,402	+ 0.3		Tentures, rideaux et housses	25
49,362	53,197	49,352	50,196	50,213	52,304	+ 1.7		Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
193,372	205,389	191,224	188,104	215,288	215,321	- 1.6		d'ameublement pour la maison	
67,809	70,498	54,654	54,079	78,837	74,152	- 1.1		Meubles	27
131,408	132,292	132,495	129,873	125,530	123,524	- 2.0		Gros appareils ménagers	28
137,931	148,152	130,329	154,646	144,400	143,958	+ 18.7		Télévision, radio et musique	29
								Articles de ménage et petits appareils élec-	30
								triques	
...		Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
								etc.	
...		Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
								truction	
117,334	123,689	114,236	120,914	112,920	120,085	+ 5.8		Bijouterie	33
87,498	87,491	81,641	86,942	83,204	99,195	+ 6.5		Jouets et jeux	34
120,472	123,959	121,535	126,395	134,781	144,593	+ 4.0		Articles de sport et valises	35
92,303	93,709	84,109	91,219	81,279	93,742	+ 8.5		Papeterie, livres et revues	36
...		Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
								réparation et fournitures	
...		Repas et casse-croûtes	38
...		Services et travaux de réparation	39
...		Tous autres rayons	40
2,901,594	3,070,229	2,816,515	2,906,728	3,004,193	3,083,503	+ 3.2		TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982

No.	Department	1982						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5.58	4.41	3.63	3.51	2.58	2.53	3.24
2	Women's and misses' coats and suits	2.69	3.70	2.62	2.44	4.39	6.23	7.86
3	Women's and misses' sportswear	3.93	3.58	3.05	3.18	2.73	2.60	2.90
4	Furs	4.40	5.06	5.53	23.82	28.14	29.87	9.70
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.99	3.92	3.12	3.37	3.24	3.36	4.09
6	Girls' and teenage girls' wear	4.72	3.93	2.90	3.19	3.16	3.13	4.30
7	Lingerie and women's sleepwear	4.47	3.95	3.66	3.53	3.16	2.97	2.97
8	Intimate apparel	4.84	4.28	3.47	3.44	3.23	3.01	3.23
9	Millinery	1.25	1.34	1.13	1.06	1.36	1.29	1.23
10	Women's and girls' hosiery	2.78	3.21	2.85	2.73	3.04	3.19	4.27
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.28	4.86	3.93	3.83	3.61	3.42	4.36
12	Women's, misses' and children's footwear	6.72	7.87	5.66	5.12	4.66	4.75	5.88
13	Men's clothing	5.40	6.91	4.84	5.75	5.17	4.35	6.10
14	Men's furnishings	5.41	5.85	4.85	5.11	4.66	3.19	4.66
15	Boys' clothing and furnishings	5.83	6.24	4.04	3.63	3.58	3.42	5.73
16	Men's and boys' footwear	7.29	8.71	6.60	5.58	5.56	5.33	6.65
17	Food and kindred products	0.80	0.58	0.70	0.59	0.58	0.71	0.66
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.04	4.06	3.82	4.28	4.25	4.15	4.14
19	Photographic equipment and supplies	5.98	5.97	4.67	5.54	5.22	3.81	3.93
20	Piece goods	6.92	7.14	6.40	6.91	6.84	7.74	8.83
21	Linens and domestics	4.47	7.16	5.95	5.97	5.50	4.30	3.82
22	Smallwares and notions	4.11	4.66	4.62	5.65	6.93	6.47	6.27
23	China and glassware	10.89	11.27	9.22	8.95	8.74	9.33	9.13
24	Floor coverings	6.55	5.56	4.76	5.50	5.46	5.38	5.03
25	Draperies, curtains and furniture coverings	7.78	7.21	4.87	5.00	4.64	4.03	4.29
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7.39	7.81	6.47	8.11	7.21	7.12	6.66
27	Furniture	5.42	6.34	5.58	6.25	5.27	4.99	4.48
28	Major appliances	1.92	2.09	1.82	2.07	1.89	1.62	1.47
29	Television, radio and music	4.29	4.83	4.19	5.10	5.43	4.88	4.24
30	Housewares and small electrical appliances	5.63	4.64	5.11	5.09	4.46	4.57	4.30
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	5.18	4.76	5.66	5.74	3.94	4.60	5.22
32	Plumbing, heating and building materials	5.30	4.88	4.30	4.05	2.66	3.06	2.94
33	Jewellery	11.68	10.02	7.74	7.90	7.18	6.87	7.07
34	Toys and games	10.64	8.64	7.15	6.26	6.38	5.68	5.67
35	Sporting goods and luggage	5.34	6.79	5.76	5.67	4.32	3.67	4.00
36	Stationery, books and magazines	4.92	4.26	4.25	4.62	4.89	4.60	5.18
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	2.84	3.51	2.74	3.05	2.90	2.64	2.60
38	Meals and lunches	0.08	0.05	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04
39	Repairs and services	0.83	0.68	0.56	0.76	0.69	0.76	0.85
40	All other departments	3.02	2.97	2.85	2.82	2.11	2.23	2.46
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.37	4.42	3.94	4.16	3.77	3.62	3.83

TABLEAU 26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1981						Rayon	N°
August	September	October	November	November	December		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre		
2.87	2.66	3.51	2.79	2.92	2.00	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
3.32	3.89	2.86	2.08	2.82	1.48	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
2.68	1.99	3.02	2.68	2.61	1.41	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
10.47	6.58	5.52	3.44	5.50	3.12	Fourrures	4
2.78	2.89	3.33	2.68	3.02	1.87	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
2.07	2.83	3.39	2.65	2.67	1.38	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
3.54	2.74	3.53	2.59	2.87	0.95	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3.20	2.44	3.71	3.03	3.92	2.44	Sous-vêtements	8
1.68	1.17	1.58	1.06	1.05	0.75	Chapeaux	9
3.70	2.13	2.66	2.41	2.49	1.34	Bas pour dames et fillettes	10
4.06	2.82	3.58	2.63	2.74	1.05	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
4.62	3.48	4.17	3.12	3.71	3.01	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
6.55	4.18	5.14	3.54	3.99	2.42	Vêtements pour hommes	13
4.68	4.00	5.09	3.09	2.99	1.06	Articles d'habillement pour hommes	14
2.01	3.33	4.28	2.91	3.40	1.54	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
5.67	3.90	5.05	3.69	4.81	3.24	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.50	0.66	0.67	0.66	0.63	0.34	Produits alimentaires et connexes	17
3.84	3.54	4.22	3.81	4.13	1.51	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
4.15	3.93	5.60	4.00	3.65	1.39	Appareils et fournitures photographiques	19
6.50	4.25	5.47	4.66	5.16	6.70	Tissus à la pièce	20
3.65	3.00	3.81	4.08	5.14	3.02	Literie et linge de maison	21
5.13	3.36	3.79	3.22	3.88	3.37	Menus articles	22
9.89	6.96	8.44	6.19	5.40	2.94	Porcelaine et verrerie	23
5.43	4.53	3.93	3.42	4.26	5.39	Revêtements de plancher	24
4.48	4.20	4.54	3.83	4.81	4.27	Tentures, rideaux et housses	25
7.13	5.72	6.69	4.42	4.33	2.13	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
5.14	4.44	4.83	4.62	5.17	5.62	Meubles	27
1.86	1.47	1.39	1.37	2.25	1.87	Gros appareils ménagers	28
4.03	2.66	3.89	3.05	3.28	1.83	Télévision, radio et musique	29
4.43	4.21	4.17	4.14	3.92	1.66	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
6.02	5.24	5.03	4.94	5.30	3.26	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
3.78	3.57	3.45	3.82	3.50	3.64	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
7.18	5.01	7.50	5.38	4.21	1.60	Bijouterie	33
7.66	8.83	6.90	2.64	2.35	0.72	Jouets et jeux	34
4.91	5.10	7.67	5.14	5.37	2.30	Articles de sport et valises	35
3.54	3.30	4.70	3.43	3.15	1.23	Papeterie, livres et revues	36
3.10	3.33	2.87	2.35	2.45	2.06	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
0.03	0.04	0.04	0.04	0.06	0.04	Repas et casse-croûtes	38
0.83	0.65	0.63	0.52	0.61	0.46	Services et travaux de réparation	39
2.35	2.42	2.81	2.76	3.09	1.64	Tous autres rayons	40
3.65	3.23	3.81	3.06	3.28	1.82	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982

No.	Department	1982						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.18	0.23	0.29	0.32	0.36	0.36	0.33
2	Women's and misses' coats and suits	0.33	0.31	0.38	0.40	0.22	0.17	0.16
3	Women's and misses' sportswear	0.26	0.29	0.35	0.34	0.36	0.35	0.36
4	Furs	0.21	0.19	0.18	0.04	0.04	0.03	0.10
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	0.24	0.25	0.32	0.34	0.29	0.29	0.27
6	Girls' and teenage girls' wear	0.21	0.27	0.37	0.34	0.30	0.30	0.26
7	Lingerie and women's sleepwear	0.22	0.25	0.29	0.31	0.31	0.31	0.34
8	Intimate apparel	0.21	0.22	0.29	0.31	0.30	0.32	0.31
9	Millinery	0.56	0.62	0.82	1.03	0.76	0.72	0.82
10	Women's and girls' hosiery	0.36	0.32	0.38	0.39	0.33	0.30	0.25
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.23	0.22	0.27	0.28	0.26	0.26	0.24
12	Women's, misses' and children's footwear	0.14	0.13	0.19	0.21	0.20	0.20	0.17
13	Men's clothing	0.16	0.16	0.21	0.19	0.18	0.22	0.16
14	Men's furnishings	0.19	0.17	0.21	0.21	0.21	0.29	0.23
15	Boys' clothing and furnishings	0.17	0.17	0.24	0.30	0.26	0.28	0.21
16	Men's and boys' footwear	0.13	0.12	0.16	0.19	0.18	0.18	0.15
17	Food and kindred products	1.50	1.57	1.49	1.69	1.68	1.45	1.47
18	Toiletries, cosmetics and drugs	0.21	0.22	0.27	0.26	0.23	0.24	0.24
19	Photographic equipment and supplies	0.18	0.16	0.21	0.21	0.18	0.25	0.26
20	Piece goods	0.13	0.14	0.17	0.15	0.14	0.13	0.11
21	Linens and domestics	0.21	0.14	0.17	0.18	0.18	0.22	0.26
22	Smallwares and notions	0.22	0.21	0.22	0.20	0.14	0.15	0.16
23	China and glassware	0.08	0.09	0.11	0.11	0.12	0.10	0.11
24	Floor coverings	0.14	0.17	0.22	0.20	0.18	0.19	0.19
25	Draperies, curtains and furniture coverings	0.13	0.13	0.20	0.21	0.20	0.24	0.24
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.14	0.13	0.16	0.14	0.13	0.14	0.15
27	Furniture	0.17	0.16	0.18	0.17	0.18	0.19	0.22
28	Major appliances	0.47	0.44	0.55	0.52	0.51	0.60	0.70
29	Television, radio and music	0.22	0.20	0.25	0.21	0.18	0.20	0.23
30	Housewares and small electrical appliances	0.18	0.21	0.20	0.22	0.22	0.22	0.23
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.18	0.20	0.19	0.20	0.24	0.22	0.19
32	Plumbing, heating and building materials	0.19	0.20	0.23	0.28	0.33	0.32	0.34
33	Jewellery	0.09	0.10	0.13	0.13	0.14	0.14	0.14
34	Toys and games	0.11	0.11	0.14	0.18	0.14	0.17	0.18
35	Sporting goods and luggage	0.17	0.15	0.18	0.20	0.23	0.26	0.24
36	Stationery, books and magazines	0.22	0.22	0.24	0.23	0.21	0.22	0.20
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.35	0.28	0.35	0.37	0.33	0.36	0.39
38	Meals and lunches	12.92	15.04	22.85	24.53	24.74	26.63	27.61
39	Repairs and services	1.31	1.32	1.81	1.53	1.33	1.36	1.18
40	All other departments	0.29	0.33	0.37	0.40	0.46	0.42	0.40
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.22	0.22	0.26	0.26	0.25	0.26	0.26

TABLEAU 27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1982						Rayon	N°
August	September	October	November	November	December		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre		
0.32	0.38	0.32	0.35	0.32	0.46	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
0.31	0.28	0.34	0.43	0.32	0.50	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.36	0.49	0.36	0.38	0.37	0.59	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
0.10	0.15	0.20	0.27	0.17	0.30	Fourrures	4
0.33	0.35	0.33	0.35	0.30	0.50	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.44	0.37	0.29	0.38	0.34	0.61	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.28	0.36	0.32	0.40	0.35	0.79	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.31	0.38	0.30	0.33	0.25	0.38	Sous-vêtements	8
0.70	0.91	0.82	0.99	1.12	1.27	Chapeaux	9
0.27	0.44	0.40	0.42	0.40	0.66	Bas pour dames et fillettes	10
0.25	0.36	0.31	0.39	0.35	0.74	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.21	0.28	0.25	0.30	0.26	0.33	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.17	0.22	0.21	0.28	0.24	0.37	Vêtements pour hommes	13
0.22	0.26	0.22	0.31	0.31	0.73	Articles d'habillement pour hommes	14
0.41	0.32	0.26	0.32	0.26	0.55	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.17	0.24	0.21	0.27	0.19	0.29	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.82	1.61	1.58	1.66	1.67	2.26	Produits alimentaires et connexes	17
0.25	0.28	0.27	0.28	0.24	0.56	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
0.24	0.24	0.21	0.24	0.25	0.61	Appareils et fournitures photographiques	19
0.15	0.21	0.21	0.20	0.19	0.15	Tissus à la pièce	20
0.26	0.33	0.28	0.26	0.19	0.32	Literie et linge de maison	21
0.18	0.29	0.27	0.30	0.24	0.31	Menus articles	22
0.10	0.14	0.12	0.17	0.19	0.35	Porcelaine et verrerie	23
0.18	0.21	0.26	0.27	0.22	0.20	Revêtements de plancher	24
0.21	0.23	0.24	0.26	0.20	0.23	Tentures, rideaux et housses	25
0.14	0.17	0.16	0.22	0.22	0.41	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.19	0.22	0.22	0.22	0.18	0.19	Meubles	27
0.53	0.66	0.72	0.74	0.44	0.52	Gros appareils ménagers	28
0.24	0.36	0.29	0.34	0.30	0.50	Télévision, radio et musique	29
0.22	0.24	0.25	0.26	0.26	0.52	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
0.17	0.18	0.21	0.19	0.17	0.28	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.26	0.28	0.30	0.28	0.27	0.28	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
0.14	0.19	0.15	0.20	0.23	0.54	Bijouterie	33
0.14	0.12	0.16	0.34	0.38	0.92	Jouets et jeux	34
0.19	0.20	0.15	0.18	0.17	0.39	Articles de sport et valises	35
0.28	0.29	0.23	0.30	0.30	0.69	Papeterie, livres et revues	36
0.33	0.30	0.37	0.41	0.39	0.45	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
29.55	26.63	23.80	27.90	15.92	22.66	Repas et casse-croûtes	38
1.22	1.42	1.72	2.01	1.52	1.87	Services et travaux de réparation	39
0.40	0.42	0.39	0.37	0.30	0.60	Tous autres rayons	40
2.62	0.30	0.28	0.32	0.29	0.49	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted, Canada, 1980-1982

TABLEAU 28. Montants à recevoir(1), non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982

Month	1980	1981	1982	Change from previous month	Change 1982/1981
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1982/1981
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,510,848	1,554,350	1,624,889	- 9.1	+ 4.5
February - Février	1,453,884	1,488,706	1,554,529	- 4.3	+ 4.4
March - Mars	1,388,475	1,476,287	1,537,740	- 1.1	+ 4.2
April - Avril	1,397,066	1,483,717	1,536,243	- 0.1	+ 3.5
May - Mai	1,381,243	1,493,281	1,527,443	- 0.6	+ 2.3
June - Juin	1,359,373	1,501,535	1,505,203	- 1.5	+ 0.2
July - Juillet	1,341,270	1,523,351	1,477,266	- 1.9	- 3.0
August - Août	1,346,822	1,512,048	1,476,402	- 0.1	- 2.4
September - Septembre	1,401,404	1,537,138	1,536,070	+ 4.0	- 0.1
October - Octobre	1,434,563	1,550,904	1,554,259 ^F	+ 1.2	+ 0.2
November - Novembre	1,490,778	1,622,633	1,613,782	+ 3.8	- 0.5
December - Décembre	1,658,191	1,788,145			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982

TABLEAU 29. Montants à recevoir(1), désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982

Month	1980	1981	1982	Change from previous month	Change 1982/1981
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1982/1981
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,420.3	1,470.0	1,538.0	- 1.6	+ 4.6
February - Février	1,438.8	1,480.0	1,532.2	- 0.4	+ 3.5
March - Mars	1,408.9	1,499.0	1,563.1	+ 2.0	+ 4.3
April - Avril	1,424.7	1,515.0	1,573.7	+ 0.7	+ 3.9
May - Mai	1,417.5	1,537.0	1,569.7	- 0.3	+ 2.1
June - Juin	1,420.8	1,563.0	1,568.9	- 0.1	+ 0.4
July - Juillet	1,425.6	1,615.0	1,566.6	- 0.1	- 3.0
August - Août	1,430.0	1,595.0	1,557.7	- 0.6	- 2.3
September - Septembre	1,440.8	1,581.0	1,579.2	+ 1.4	- 0.1
October - Octobre	1,442.6	1,565.0	1,567.9 ^F	- 0.7	+ 0.2
November - Novembre	1,441.4	1,570.0	1,563.1	- 0.3	- 0.4
December - Décembre	1,448.9	1,563.0			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Department Store Sales and
Stocks, MCD, Seasonal
and Trading Day Factors

Ventes et stocks des grands
magasins MDC et coefficients de
corrections des variations
saisonnnières et des jours
commerciaux

TABLE 30. Department Store Sales, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1982 and 1983

No.	Department	1982						
		MCD	March	April	May	June	July	August
		MDC	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	86.83	110.01	128.82	115.40	98.71	91.77
2	Women's and misses' coats and suits	6	103.83	98.45	53.75	41.36	47.82	105.31
3	Women's and misses' sportswear	3	88.53	99.35	107.84	98.52	90.23	96.08
4	Furs	12	67.11	26.19	18.47	17.20	47.90	91.86
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	85.38	101.02	91.01	87.87	91.36	104.29
6	Girls' and teenage girls' wear	4	91.29	100.97	90.84	87.19	82.53	139.25
7	Lingerie and women's sleepwear	3	73.67	84.09	96.04	88.99	91.88	72.45
8	Intimate apparel	4	93.23	107.40	106.68	112.14	103.39	95.30
9	Millinery	12	57.58	73.52	63.94	60.82	62.19	60.53
10	Women's and girls' hosiery	3	92.17	106.67	97.57	84.53	72.78	81.11
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	77.06	86.97	89.53	82.70	69.94	74.52
12	Women's, misses' and children's footwear	6	90.00	109.69	104.36	95.02	78.24	97.90
13	Men's clothing	4	92.79	92.57	86.66	95.80	72.81	81.88
14	Men's furnishings	5	69.39	78.14	78.57	103.77	77.70	72.97
15	Boys' clothing and furnishings	6	84.89	98.19	85.90	79.36	78.95	138.31
16	Men's and boys' footwear	5	85.36	111.00	98.91	103.21	85.19	91.11
17	Food and kindred products	7	93.42	106.15	102.06	88.64	89.54	99.67
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	84.09	91.02	91.00	87.50	89.74	85.29
19	Photographic equipment and supplies	4	72.92	81.65	84.71	98.57	103.16	96.08
20	Piece goods	5	109.03	107.95	104.36	91.00	77.75	90.03
21	Linens and domestics	3	77.07	84.43	89.52	93.71	111.85	95.69
22	Smallwares and notions	4	91.75	93.39	77.68	76.88	84.82	83.84
23	China and glassware	4	73.31	77.63	87.93	84.33	83.31	76.93
24	Floor coverings	5	98.16	98.84	100.15	95.78	102.81	91.04
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	92.69	107.71	101.49	105.86	112.96	93.62
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	83.01	87.59	82.20	80.27	88.88	83.16
27	Furniture	4	94.45	91.17	105.50	100.66	122.83	96.66
28	Major appliances	5	89.95	90.03	101.35	101.15	122.44	101.32
29	Television, radio and music	4	85.20	77.82	75.03	72.82	86.17	87.75
30	Housewares and small electrical appliances	3	75.48	86.01	96.50	89.54	98.55	88.09
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4	79.73	106.64	121.03	112.69	100.89	89.25
32	Plumbing, heating and building materials	7	85.08	111.89	120.16	126.52	110.00	94.72
33	Jewellery	3	69.88	80.23	87.84	84.76	76.37	73.86
34	Toys and games	4	49.44	66.82	60.34	57.13	66.15	57.84
35	Sporting goods and luggage	3	70.99	102.38	113.79	120.15	115.12	84.05
36	Stationery, books and magazines	4	75.61	79.20	81.52	80.97	75.68	103.11
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	86.03	106.75	97.40	101.78	101.19	91.68
38	Meals and lunches	3	95.51	95.34	94.92	96.64	98.83	98.22
39	Repairs and services	7	92.90	91.50	92.77	100.34	91.76	89.32
40	All other departments	4	84.56	114.27	134.63	110.37	101.48	88.13
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	84.43	93.93	95.37	93.70	91.90	91.23

TABLEAU 30. Ventes des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1982 et 1983

1982				1983		Rayon	N°
September	October	November	December	January	February		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février		
102.23	95.41	105.80	142.27	56.53	65.80	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
131.00	163.41	149.76	159.25	72.75	68.40	formes pour dames et jeunes filles	
124.99	103.27	116.94	151.12	58.72	63.76	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes	2
103.49	127.36	172.25	245.52	169.10	116.20	filles	
111.10	113.19	116.66	161.72	67.80	67.55	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
						Fourrures	4
						Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
						de chambres d'enfants	
117.06	98.74	120.71	159.57	50.35	61.21	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
92.29	91.96	141.57	259.37	53.38	58.54	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
105.10	89.96	98.17	141.17	76.05	70.02	Sous-vêtements	8
91.00	141.75	202.05	256.36	79.41	55.47	Chapeaux	9
115.89	112.55	117.83	165.37	80.51	72.52	Bas pour dames et fillettes	10
106.35	104.55	149.28	245.83	57.41	57.34	Gants, moufles et articles de parure pour	11
126.98	121.15	124.33	136.25	59.65	55.15	dames et fillettes	
110.93	110.20	143.18	191.80	63.06	59.12	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
93.20	94.59	151.55	269.67	57.18	54.24	enfants	
107.17	100.88	120.69	198.55	53.57	53.93	Vêtements pour hommes	13
						Articles d'habillement pour hommes	14
						Vêtements et articles d'habillement pour	15
						garçons	
113.50	110.09	122.42	160.69	60.55	58.37	Chaussures pour hommes et garçons	16
88.19	95.06	117.44	142.20	82.08	97.09	Produits alimentaires et connexes	17
89.68	93.59	114.19	224.08	75.50	75.10	Articles de toilette, cosmétiques et médi-	18
						caments	
92.89	87.22	114.47	241.33	69.31	59.14	Appareils et fournitures photographiques	19
116.23	117.64	117.79	96.86	83.93	85.61	Tissus à la pièce	20
112.17	100.26	108.72	164.14	101.01	61.84	Literie et linge de maison	21
117.31	114.10	118.97	150.20	105.59	84.66	Menus articles	22
96.62	83.10	139.69	273.96	65.75	59.59	Porcelaine et verrerie	23
104.82	118.30	122.66	105.36	80.48	82.08	Revêtements de plancher	24
105.31	107.69	111.15	118.67	74.32	67.99	Tentures, rideaux et housses	25
99.71	96.49	137.56	222.19	74.01	66.09	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	26
106.94	99.15	102.82	100.25	104.55	74.63	d'ameublement pour la maison	
110.97	105.24	100.59	112.18	94.64	70.27	Meubles	27
111.39	104.45	130.92	212.18	87.02	69.99	Gros appareils ménagers	28
93.14	89.86	123.18	223.38	67.32	71.11	Télévision, radio et musique	29
						Articles de ménage et petits appareils élec-	30
						triques	
96.92	107.06	105.55	142.46	70.71	67.01	Quincaillerie, peinture, papier-tenture,	31
100.05	112.13	98.78	100.63	67.44	69.59	etc.	
99.87	80.88	139.35	311.73	46.83	52.35	Matériel de plomberie, chauffage et cons-	32
60.09	100.24	231.65	383.77	34.02	37.83	truction	
83.44	79.40	109.20	194.64	72.58	56.73	Bijouterie	33
						Jouets et jeux	34
						Articles de sport et valises	35
107.65	87.32	126.37	241.57	75.00	68.82	Papeterie, livres et revues	36
90.76	119.96	124.13	137.57	73.07	68.10	Essence, huile, accessoires d'automobile,	37
97.16	100.49	111.65	146.87	84.22	79.92	réparation et fournitures	
98.75	110.93	136.45	132.29	83.97	78.66	Repas et casse-croûtes	38
82.55	90.61	96.46	161.17	68.14	67.59	Services et travaux de réparation	39
						Tous autres rayons	40
101.89	101.31	123.87	182.98	72.42	67.48	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 31. Department Store Stocks, MCD and Seasonal Factors, 1982 and 1983

No.	Department	1982						
		MCD	March	April	May	June	July	August
		MDC	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4	106.88	120.38	111.23	85.62	91.70	87.62
2	Women's and misses' coats and suits	4	85.51	78.45	66.95	68.32	126.89	132.10
3	Women's and misses' sportswear	3	103.59	118.58	114.51	93.12	101.61	99.34
4	Furs	5	78.68	85.55	86.78	82.52	93.18	109.49
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	4	88.94	109.33	103.09	90.24	122.61	105.60
6	Girls' and teenage girls' wear	3	94.26	109.34	107.73	89.61	122.76	110.24
7	Lingerie and women's sleepwear	4	94.60	111.97	109.79	90.32	93.94	100.43
8	Intimate apparel	3	94.93	101.43	107.26	91.55	97.47	99.69
9	Millinery
10	Women's and girls' hosiery	4	97.26	107.71	108.86	93.49	102.01	112.52
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	3	94.91	107.60	103.71	87.34	94.83	96.11
12	Women's, misses' and children's footwear	3	101.74	112.77	107.63	96.95	105.48	109.53
13	Men's clothing	3	93.88	101.36	101.78	81.92	96.30	116.13
14	Men's furnishings	4	92.75	107.76	108.80	88.86	100.13	102.18
15	Boys' clothing and furnishings	4	88.38	102.11	95.76	89.12	122.87	98.47
16	Men's and boys' footwear	4	100.32	112.00	112.48	94.76	102.09	104.18
17	Food and kindred products
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	90.73	105.78	104.61	92.52	96.78	89.14
19	Photographic equipment and supplies	4	85.96	102.69	104.38	86.47	97.10	93.04
20	Piece goods	4	100.43	106.76	104.24	96.64	101.31	102.53
21	Linens and domestics	3	97.85	109.68	112.50	102.78	97.69	93.42
22	Smallwares and notions	4	91.93	109.00	114.31	106.84	110.72	102.60
23	China and glassware	3	94.56	101.78	104.80	95.79	98.87	99.14
24	Floor coverings	3	95.85	102.52	104.51	103.14	101.85	101.86
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	97.99	107.54	108.90	97.38	101.70	96.76
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	95.90	101.70	110.58	99.97	102.59	104.11
27	Furniture	3	100.61	110.49	111.01	102.24	99.16	94.15
28	Major appliances	4	103.80	108.03	104.36	95.56	95.17	88.57
29	Television, radio and music	3	97.55	106.67	103.90	96.79	94.74	94.26
30	Housewares and small electrical appliances	3	97.78	109.84	108.35	98.41	99.49	97.67
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	3	96.88	107.30	106.63	93.31	95.67	97.21
34	Toys and games	4	81.93	95.61	91.31	80.77	86.97	106.79
35	Sporting goods and luggage	4	93.88	114.43	116.58	96.89	98.32	96.87
36	Stationery, books and magazines	4	86.97	100.25	107.35	96.00	105.67	106.11
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies
38	Meals and lunches
39	Repairs and services
40	All other departments
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2	95.32	106.17	106.47	93.57	101.35	100.34

TABLEAU 31. Stocks des grands magasins, MDC et coefficients de corrections des variations saisonnières, 1982 et 1983

1982		1983				Rayon	N°
Septembre	October	November	December	January	February		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février		
84.23	117.96	115.58	90.13	89.88	98.82	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
133.55	152.38	122.79	77.03	70.87	84.64	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
86.67	113.07	114.13	79.62	82.92	92.89	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
115.63	131.27	123.74	107.59	97.80	87.88	Fourrures	4
94.99	118.41	108.37	89.28	83.33	85.99	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
98.51	119.47	113.67	72.03	73.90	88.55	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
92.09	133.47	134.34	77.53	78.28	83.08	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
83.29	108.22	118.66	100.71	100.95	95.88	Sous-vêtements	8
...	Chapeaux	9
92.58	108.94	107.81	86.05	90.53	92.43	Bas pour dames et fillettes	10
89.34	132.55	134.65	83.38	84.91	90.86	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
92.79	110.72	99.15	90.35	82.01	90.73	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
99.15	128.29	121.95	91.17	76.06	91.85	Vêtements pour hommes	13
98.50	132.80	120.80	75.40	83.82	88.21	Articles d'habillement pour hommes	14
97.75	130.80	111.05	80.75	86.36	96.76	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
92.20	121.50	106.46	88.13	80.87	84.98	Chaussures pour hommes et garçons	16
...	Produits alimentaires et connexes	17
86.74	125.97	132.39	89.39	101.00	84.98	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
86.28	134.73	132.50	88.30	98.95	89.42	Appareils et fournitures photographiques	19
90.59	108.45	101.41	98.57	90.17	98.98	Tissus à la pièce	20
82.16	106.33	109.00	99.91	90.77	97.77	Literie et linge de maison	21
89.71	102.91	95.46	101.27	88.65	86.46	Menus articles	22
91.20	110.44	117.80	107.64	88.85	89.23	Porcelaine et verrerie	23
87.59	103.62	96.28	108.63	99.34	94.57	Revêtements de plancher	24
85.35	105.98	101.05	102.31	95.58	99.35	Tentures, rideaux et housses	25
91.52	120.75	112.05	82.76	87.98	89.86	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
82.82	98.91	99.38	110.09	94.73	96.45	Meubles	27
79.99	103.37	108.60	109.15	98.55	104.39	Gros appareils ménagers	28
86.24	110.98	119.24	103.96	94.56	91.05	Télévision, radio et musique	29
90.71	113.46	115.09	86.98	91.49	90.44	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
...	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
...	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
86.57	118.05	124.57	90.49	89.95	93.58	Bijouterie	33
124.87	176.47	134.89	55.78	85.08	79.85	Jouets et jeux	34
96.56	130.58	112.81	85.51	74.43	83.24	Articles de sport et valises	35
96.24	124.99	123.82	79.68	89.16	83.78	Papeterie, livres et revues	36
...	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
...	Repas et casse-croûtes	38
...	Services et travaux de réparation	39
...	Tous autres rayons	40
92.06	118.52	114.38	92.35	88.70	90.82	TOTAL, TOUS RAYONS	41

LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

MAJOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS TRADITIONNELS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland
Bowring Bros. Ltd., 281 Water St., St. John's, Newfoundland
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., 4910-50th St., Lloydminster, Saskatchewan
Ogilvy, Charles, Ltd., 126 Rideau St., Ottawa, Ontario
Ogilvy's, James A., Ltd., Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario
Robinson, The G.W., Co. Ltd., 18 James St., Hamilton, Ontario
Simpsons Ltd., 401 Bay St., Toronto, Ontario
Simpson Sears Ltd., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
Smith & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario
Woodward Stores (Alta.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia
Woodward Stores (B.C.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

JUNIOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS POPULAIRES

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
Sentry Dep't. Stores Ltd., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario
Steinberg Inc., Miracle Mart Division, 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario
Zeller's Ltd., 5250 Decarie Blvd., Montréal, Québec

SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Merchandising and Services Division in the Retail Trade sector.

Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil. 36 pp. First Issue, 1938. (ISSN 0380-7045).

Total sales and number of outlets, by province and selected metropolitan area, and sales and inventories by department, Canada.

- 63-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil. 1 pp. First Issue, 1950. (ISSN 0709-8650).

Total sales and percentage changes of sales, by region.

- 63-005 Retail Trade. Monthly. Bil. Approx. 65 pp. First Issue, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total retail sales by province and kind of business, for chain and independent stores; seasonally adjusted sales, Canada.

- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil. Approx. 15 pp. First Issue, 1932. (ISSN 0705-5595).

Number and value of new passenger cars, trucks and buses sold by province and by origin (Canada and U.S. or imported). Monthly unit sales, by type and origin, seasonally adjusted.

- 63-014 Merchandising Inventories. M. Bil. 24 pp. First Issue, 1972. (ISSN 0380-7177).

Inventories and stocks/sales ratios, by type of trade for wholesale, by department for department stores, by kind of business for chain stores and independent stores: quarterly percentage changes for independent stores by kind of business.

- 63-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil. Approx. 74 pp. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total retail sales by chain and department stores including data on floor area, inventory and accounts receivable.

CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division du commerce et des services.

Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil. 36 pages. Premier numéro, 1938. (ISSN 0380-7045).

Ventes totales et nombre de points de ventes par provinces et certaines régions métropolitaines, ventes et stocks par rayon, Canada.

- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil. 1 page. Premier numéro, 1950. (ISSN 0709-8650).

Variations en pourcentage et ventes par région.

- 63-005 Commerce de détail. Mensuel. Bilingue. Environ 65 pages. Premier numéro, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total des ventes au détail par province et genre de commerce, pour les magasins à succursales et les magasins indépendants; chiffres désaisonnalisés, Canada.

- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil. Environ 15 pages. Premier numéro, 1932. (ISSN 0705-5595).

Nombre et valeur des voitures particulières, des camions et des autobus neufs vendus par province et par lieu d'origine (Canada et É.-U. ou importés). Ventes unitaires mensuelles selon le type et l'origine, après désaisonnalisation.

- 63-014 Stocks commerciaux. M. Bil. 24 pages. Premier numéro, 1972. (ISSN 0380-7177).

Stocks et rapports stocks/ventes, par genre de commerce pour le commerce de gros, par rayon pour les grands magasins et par genre de commerce pour les magasins à succursales et magasins indépendants: variations trimestrielles en pourcentage pour les magasins indépendants suivant le genre de commerce.

- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil. Environ 74 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total des ventes au détail pour les magasins à succursales et les grands magasins, incluant des données sur la superficie total, des stocks, et comptes à recevoir.

Catalogue

- 63-213 Vending Machine Operators. A. Bil. 21 pp. First Issue, 1958. (ISSN 0527-6411).

Sales of merchandise through automatic vending machines, by type of machine and location, Canada and provinces.

- 63-218 Direct Selling Canada. A. Bil. 14 pp. First Issue, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Sales of various commodities by method of distribution; door-to-door, mail order, etc.

- 63-219 Campus Book Stores, A. Bil. Approx. 8 pp. First Issue, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Retail sales by commodities, employees and payroll, by regions, provinces and Canada, for academic years.

- 63-224 Market Research Handbook. A. Bil. 700 pp. First Issue, 1975. (ISSN 0590-9325).

The data cover such topics as general economic indicators, population characteristics, personal income and expenditure and household facilities.

- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. N. Bil. 695 pp. (ISBN 0-660-506-13-0). The publication provides revised retail trade estimates for the years 1972 to 1979, both unadjusted and seasonally adjusted and also sections on definitions, concepts, classifications, methodology and data reliability.

Operating Results - Retail Trades. N. Bil. 29 pp. First Issue, 1974.

Reports in the Operating Results series contain ratios (percentages of net sales) for: purchases, inventories, cost of goods sold, gross profit, operating expense items and net profit.

Catalogue

- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A. Bil. 21 pages. Premier numéro, 1958. (ISSN 0527-6411).

Ventes de marchandise selon le genre de machine et l'emplacement, Canada et provinces.

- 63-218 La vente directe au Canada. A. Bil. 14 pages. Premier numéro, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Ventes de divers produits, par mode de distribution: démarchage, poste, etc.

- 63-219 Librairies de campus. A. Bil. Environ 8 pages. Premier numéro, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Ventes au détail par article, ainsi que nombre d'employés et la paye, par région, par province et au Canada par année scolaire.

- 63-224 Manuel statistique pour études de marché. A. Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975. (ISSN 0590-9325).

Les données portent sur des sujets tels que les indicateurs économiques généraux, les caractéristiques de la population, le revenu et les dépenses des particuliers et l'équipement ménager.

- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H. Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0). Cette publication contient des données brutes et désaisonnalisées, révisées de 1972 à 1979, des sections sur les définitions, les concepts de classement, la méthodologie ainsi que des renseignements sur la fiabilité des données.

Résultats d'exploitation - Commerce de détail. H. Bil. 29 pages. Premier numéro, 1974.

Les bulletins de la série des Résultats de l'exploitation contiennent des ratios (pourcentages des ventes nettes) pour les achats, les stocks, le coût des biens vendus, les bénéfices bruts, les dépenses d'exploitation et les bénéfices nets.

Catalogue

The following reports on Operating Results are available.

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1979
- 63-604 Independent Women's Retail Clothing Stores, 1975
- 63-605 Independent Retail Hardware Stores, 1976
- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977
- 63-607 Retail Drug Stores, 1978
- 63-608 Retail Florists, 1979
- 63-609 Independent Retail Jewellery Stores, 1978
- 63-610 Retail Hardware Stores, 1980
- 63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980
- 63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. - Monthly A.- Annual Bil.- Bilingual
O.- Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available free on request from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue

Les publications suivantes sur les résultats d'exploitation sont maintenant disponibles.

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1979
- 63-604 Magasins indépendants de vente au détail de vêtements pour dames, 1975
- 63-605 Magasins indépendants de vente au détail de quincaillerie, 1976
- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977
- 63-607 Pharmacies au détail, 1978
- 63-608 Magasins de fleuristes, vente au détail, 1979
- 63-609 Magasins indépendants de vente au détail de bijouterie, 1978
- 63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980
- 63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980
- 63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980

M. - Mensuel A.- Annuel Bil.- Bilingue
H.- Hors série

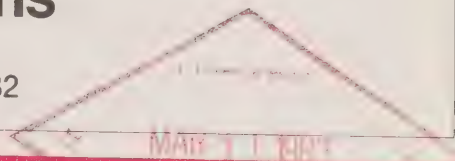
Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et social du Canada. On peut se procurer gratuitement un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Department store sales and stocks

December 1982

Ventes et stocks des grands magasins

Décembre 1982



Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Merchandising and Services Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V4 (Telephone: 996-9304) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Winnipeg (949-4020)
Halifax (426-5331)	Regina (359-5405)
Montréal (283-5725)	Edmonton (420-3027)
Ottawa (992-4734)	Vancouver (666-3691)
Toronto (966-6586)	

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zenith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwestTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served NorthwestTel Inc.)	Zenith 2-2015

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section de commerce détail,
Division du commerce et des services,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V4 (téléphone: 996-9304) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Winnipeg (949-4020)
Halifax (426-5331)	Regina (359-5405)
Montréal (283-5725)	Edmonton (420-3027)
Ottawa (992-4734)	Vancouver (666-3691)
Toronto (966-6586)	

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 2-2015

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes et de la distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Statistics Canada
Merchandising and Services Division
Retail Trade Section

Statistique Canada
Division du commerce et des services
Section du commerce de détail

Department store sales and stocks

December 1982

Ventes et stocks des grands magasins

Décembre 1982

Published under the authority of
the Minister of Supply and
Services Canada

Statistics Canada should be credited when
reproducing or quoting any part of this document

© Minister of Supply
and Services Canada 1983

March 1983
5-3406-503

Prix: Canada, \$3.15, \$31.50 a year
Other Countries, \$3.80, \$37.80 a year

Catalogue 63-002, Vol. 47, No. 12

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

Reproduction ou citation autorisée sous réserve
d'indication de la source: Statistique Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1983

Mars 1983
5-3406-503

Prix: Canada, \$3.15, \$31.50 par année
Autres pays, \$3.80, \$37.80 par année

Catalogue 63-002, vol. 47, n° 12

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or, in this publication less than half unit expressed.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- † revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM staff, Current Economic Analysis Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-995-7406), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou, dans la présente publication, inférieur à la moitié de l'unité exprimée.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- † nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM, Division de l'analyse de conjoncture, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-995-7406), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	vii
Definitions	viii
Methodology	ix
Data Reliability	x
Non-sampling Errors	x
Non-sampling Error Measures	xi
Seasonal Adjustment	xiii
Constant Dollar Estimates	xiv
Data Confidentiality	xiv
Explanatory Notes	xvi

Charts

1. Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982	xviii
2. Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982	xviii
3. Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1980-1982	xix
4. Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1980-1982	xx
5. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1980-1982	xx
6. Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization	xxi
7. Department Store Sales and Total Retail Trade, in Constant (1971) and Current Dollars, Canada, 1973-1982	xxii

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	vii
Définitions	viii
Méthodologie	ix
Fiabilité des données	x
Erreurs non liées à l'échantillonnage	x
Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage	xi
Désaisonnalisation	xiii
Estimations en dollars constants	xiv
Confidentialité des données	xiv
Notes explicatives	xvi

Graphiques

1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1980-1982	xviii
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1980-1982	xviii
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail Total, par mois, Canada, 1980-1982	xix
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1980-1982	xx
5. Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982	xx
6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisation	xxi
7. Ventes des grands magasins et commerce de détail total, en dollars constants (1971) et courants, Canada, 1973-1982	xxii

TABLE OF CONTENTS - Continued

	Page
Highlights	xxiii
Summary of 1982 Results	xxv

Table

1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982	2
2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982	4
3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982	6
4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	6
5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982	8
6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	8
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982	10
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	10
9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982	12
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	12
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982	14
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	14
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982	16
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	16
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982	18

TABLES DES MATIÈRES - suite

	Page
Points saillants	xxiii
Sommaires des résultats de 1982	xxv

Tableau

1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	2
2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1981 et 1982	4
3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1981 et 1982	6
4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	6
5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982	8
6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	8
7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982	10
8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	10
9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1981 et 1982	12
10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	12
11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982	14
12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	14
13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982	16
14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	16
15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	18

TABLE OF CONTENTS - Continued

Table	Page
6. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982	19
7. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	19
8. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982	20
9. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	20
0. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982	21
1. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	21
2. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981 and 1982	22
3. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1980, 1981 and 1982	23
4. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1981 and 1982	24
5. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982	26
6. Department Store Monthly Stock-Sales Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982	28
7. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, 1981 and 1982	30
8. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1980-1982	32
9. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982	32
0. Department Store Sales, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1982 and 1983	34

TABLES DES MATIÈRES - suite

Tableau	Page
16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1981 et 1982	19
17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	19
18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982	20
19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	20
20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982	21
21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	21
22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981 et 1982	22
23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1980, 1981 et 1982	23
24. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	24
25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1981 et 1982	26
26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	28
27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	30
28. Montants à recevoir, non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982	32
29. Montants à recevoir, désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982	32
30. Ventes des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1982 et 1983	34

TABLE OF CONTENTS - Concluded

	Page
Table	
31. Department Store Stocks, MCD and Seasonal Factors, 1982 and 1983	36
List of Department Store Organizations	38
Selected Publications	39

TABLES DES MATIÈRES - fin

	Page
Tableau	
31. Stocks des grands magasins, MDC et coefficients de corrections des variations saisonnières, 1982 et 1983	36
Liste des organisations de grands magasins	38
Choix de publications	39

INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services. A "List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Merchandising and Services Division, to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments", however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as one structure, rather than as a number of smaller stores.

INTRODUCTION

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division du commerce et des services. (Bien que le recensement mesure également les activités des "établissements", cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

Definitions

Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics. It must sell the following general lines of merchandise:

Family clothing and apparel. This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least six of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

Furniture, appliance and home furnishings. This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least four of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

All other (miscellaneous). This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, such as: toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at

Définitions

Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada, un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et des services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes:

Vêtements pour la famille. Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; articles d'habillement pour hommes; vêtements et articles d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins six des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou articles d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20% des ventes globales du magasin doivent se faire dans le groupe de vêtements pour la famille.

Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager. Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine et verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de séjour, salle à manger ou chambre à coucher; gros appareils, télévision, radio et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins quatre des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être des meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10 % des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

Tous autres articles (divers). Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus, telles que: articles de toilette, cosmétiques et médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus articles; bijouterie; articles de sport et valises; papeterie, livres et revues; et aliments.

least **three** different commodity lines with not one of these lines representing more than 50% of the **total** store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

Total net sales and receipts are defined as the total sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

Stocks are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or as at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

Accounts receivable are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

Junior Department Stores are defined as retailing entities which sell the same wide range of goods (see department store definition) that are sold in the more traditional (major) department stores and are popularly described as discount operations.

Methodology

The **monthly sales values**, published at the Canada, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The **monthly sales values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdown of sales. The percentage

Nota: Le magasin doit tenir au moins **trois** des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50% des ventes **globales** du magasin. Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

Les **ventes et recettes nettes totales** sont définies comme le total des ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

Les **stocks** englobent la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

Par **comptes à recevoir** on entend les comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dus en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

Les **grands magasins populaires** sont définis comme étant des points de ventes au détail qui offre la même vaste gamme d'articles (voir la définition d'un grand magasin) que les grands magasins traditionnels et qui sont généralement considérés comme des magasins à prix réduits.

Méthodologie

Le **chiffre des ventes mensuelles**, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des sociétés de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100%, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le **chiffre des ventes mensuelles par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes. La répartition en pourcentage des ventes

distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada sales total in order to provide an estimate of sales by department at the Canada level.

The **monthly stock values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sales ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The **monthly accounts receivable values**, published at the Canada level, are based on a panel of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

Data Reliability

Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

Data response error. This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

par rayon obtenues auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des ventes totales pour le pays afin d'établir une estimation des ventes par rayon pour l'ensemble du Canada.

Le **chiffre des stocks mensuels par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le **chiffre des comptes à recevoir mensuel** pour l'ensemble du pays provient des sociétés de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtés retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.

Fiabilité des données

Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ couvert par l'enquête. L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou aux variations, d'un interviewer à l'autre et selon le mode de communication retenu, dans l'explication des questions et dans l'interprétation des réponses.

Non-response error. Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

Processing error. These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error. Two response measures are derived, namely, the **response rate**, which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data.

The units used in the Department Store Sales and Stocks Survey for derivation of the response rate is based on (1) the survey unit - the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations and (2) the organizational unit - the department store firm (company) themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in Ontario would be considered as one survey

La non-réponse. Certains enquêtés refusent de répondre, d'autres en sont incapables et d'autres encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, si elles existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

Le traitement. L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. S'agissant des estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreur. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) les unités d'enquête - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) les unités organisationnelles - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'en-

unit and one organizational unit while a firm reporting for five stores in Vancouver, 10 in British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as three survey units but only one organizational unit.

The data variables under consideration for derivation of the **response fraction** are sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example, a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

quête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la **fraction de réponse** sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins. Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités organisationnelles dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités représentent \$8 millions sur l'estimation publiée de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation dans un tel cas, il faudrait tenir compte des deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1982
December

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1982
Décembre

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	98.2	92.0	99.8
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	52.0	86.6
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	36.0	61.1
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	87.5	99.7

Seasonal Adjustment

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time." (1) In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal (variations) and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method (2) to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these operations have been repeated several times. (3)

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements; to get a better

Désaisonnalisation

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps" (1). L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles; la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI (2) afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolation prospective et retrospective réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises (3).

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent être de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure

(1) "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," **Canada Statistical Review**, August 1974.

(2) For further information see the **X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method**, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

(3) See next page.

(1) La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la **Revue statistique du Canada**, Août 1974.

(2) Pour plus ample information voir **La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI**, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, no. 12-564F au catalogue, hors série.

(3) Voir page suivante.

idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.(3) The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Constant Dollar Estimates

To obtain constant dollar estimates of total department store sales (Text Table II), estimates of sales by department group are deflated using department group implicit price indices supplied by the Industry Product Division of Statistics Canada. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The published price index is an implicit index calculated by dividing the total current dollar sales estimate by the total constant dollar sales estimate.

Data Confidentiality

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information relating to any identifiable business without the previous consent in writing of that business(4). The disclosure of data likely to reveal specific information on the activity of a particular company is therefore systematically and rigorously controlled and regulated to

idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, ils disposent des mois à dominance cyclique, ou MDC.(3) Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieure à l'unité: autrement dit, c'est la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable et indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées dont la période est égale au MDC tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Estimations en dollars constants

Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants (tableau explicatif II), les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées au moyen des indices implicites de prix appropriés fournis par la Division du produit industriel de Statistique Canada. Les estimations de ces groupes de rayons ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'indice des prix qui est publié est un indice implicite obtenu en divisant le chiffre estimatif des ventes totales en dollars courants par l'estimation correspondante en dollars constants.

Confidentialité des données

La loi interdit à Statistique Canada de diffuser au grand public des données qui pourraient servir à identifier une entreprise ou certaines de ses caractéristiques, sans avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite de cette dernière(4). Ainsi le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions

(3) See Tables 30 and 31.

(4) See Section 16 of the Statistics Act (Chapter 15), entitled "Secrecy".

(3) Voir les tableaux 30 et 31.

(4) Voir l'article 16, intitulée Secret, du chapitre 15 de la Loi sur la statistique.

TEXT TABLE II. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1980-1982

TABLEAU EXPLICATIF II. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1980-1982

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year per cent change	Constant 1971 dollars unadjusted	Year/year per cent change
Période	Indice des prix	Dollars courants non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1971 non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année
		'000	%	'000	%
1980:					
January - Janvier	168.3	562,328	+ 16.2	334,122	+ 6.3
February - Février	172.4	521,533	+ 15.9	302,513	+ 5.6
March - Mars	174.0	618,539	+ 1.1	355,482	- 8.4
April - Avril	176.3	684,365	+ 12.5	388,182	+ 1.9
May - Mai	178.7	767,974	+ 11.9	429,756	+ 0.9
June - Juin	179.2	692,120	+ 2.0	386,228	- 7.9
July - Juillet	178.1	709,231	+ 14.1	398,221	+ 3.2
August - Août	180.0	731,863	+ 3.7	406,591	- 6.3
September - Septembre	181.0	805,650	+ 11.4	445,110	+ 1.1
October - Octobre	181.9	824,123	+ 11.2	453,064	+ 1.5
November - Novembre	184.3	990,566	+ 7.6	537,475	- 2.0
December - Décembre	184.1	1,458,479	+ 12.1	792,221	+ 2.3
Year - Année	179.1	9,366,771	+ 9.8	5,228,965	- 0.9
1981:					
January - Janvier	185.2	643,821	+ 14.5	347,636	+ 4.0
February - Février	189.3	568,767	+ 9.1	300,458	- 0.7
March - Mars	190.0	688,718	+ 11.3	362,483	+ 2.0
April - Avril	192.1	793,595	+ 16.0	413,116	+ 6.4
May - Mai	193.5	822,881	+ 7.1	425,261	- 1.0
June - Juin	193.3	835,934	+ 20.8	432,454	+ 12.0
July - Juillet	193.2	757,743	+ 6.8	392,207	- 1.5
August - Août	195.2	786,492	+ 7.5	402,915	- 0.9
September - Septembre	195.7	848,390	+ 5.3	433,516	- 2.6
October - Octobre	198.1	892,549	+ 8.3	450,555	- 0.6
November - Novembre	199.0	1,036,498	+ 4.6	520,853	- 3.1
December - Décembre	198.1	1,542,685	+ 5.8	778,741	- 1.7
Year - Année	194.3	10,218,073	+ 9.1	5,260,195	+ 0.6
1982:					
January - Janvier	198.6	600,079	- 6.8	302,155	- 13.1
February - Février	204.8	577,906	+ 1.6	282,181	- 6.1
March - Mars	204.1	694,447	+ 0.8	340,248	- 6.1
April - Avril	206.4	791,728	- 0.2	383,589	- 7.1
May - Mai	208.5	811,119	- 1.4	389,025	- 8.5
June - Juin	207.4	790,742	- 5.4	381,264	- 11.8
July - Juillet	205.7	763,975	+ 0.8	371,402	- 5.3
August - Août	206.8	775,460	- 1.4	374,981	- 6.9
September - Septembre	205.2	859,926	+ 1.4	419,035	- 3.3
October - Octobre	208.0	859,089	- 3.7	413,020	- 8.3
November - Novembre	208.8	1,073,558	+ 3.6	514,156	- 1.3
December - Décembre	208.4	1,608,323	+ 4.3	771,748	- 0.9
Year - Année	206.5	10,206,352	- 0.1	4,942,804	- 6.0

prevent the publication or disclosure of any information deemed confidential. The rules regarding the confidentiality of parts of the results of merchandising surveys are therefore applied in such a way that no data are shown for cells (or statistical units) composed of fewer than three companies or of three or more if these are dominated by one or two companies. Then, in the publication itself, the information is withheld on this designated cell by entering an "X" in the appropriate boxes.

Another way of preserving data confidentiality without having to enter an "X" is to combine (consolidate) the information from selected regions (or selected cells) for the same item. The data in question can then simply be aggregated and published in a less detailed, but still confidential, form. For example, in many cases the data for the Northwest Territories and the Yukon are included with the British Columbia data.

The rigorous application of these rules preserves the confidentiality of the information and ultimately has little effect on the dissemination of merchandising survey results.

Explanatory Notes

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios(5) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stocks ratios(6) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

(5) See Table 26.

(6) See Table 27.

strictes de tel sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unité statistique) composées de moins de trois compagnies, de trois ou plus de trois lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies. Par la suite l'information concernant ces cellules est cachée en inscrivant un X aux différents postes visés dans la publication.

Une autre façon de préserver le caractère confidentiel de l'information sans pour autant avoir à mettre des "X" consiste à grouper (consolider) pour certaines régions (ou certaines cellules) l'information d'un même poste. Il suffit alors d'agréger les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité. Ainsi dans bien des cas, par exemple, les données relative aux Territoires du Nord-Ouest et du Yukon sont incluses avec celles de la Colombie-Britannique.

Ainsi par l'application rigoureuse de ces règles le caractère privé de l'information est préservé et n'affecte que très marginalement en fin de compte la diffusion des résultats des enquêtes sur le commerce.

Notes explicatives

Les variations des ventes en pourcentage donnée dans la présente publication est fondée sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elle tient compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elle ne se limite pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient les ratios stocks-ventes(5) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks(6) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement.

La liste de référence des marchandises, qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

(5) Voir tableau 26.

(6) Voir tableau 27.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table III for the number of shopping days the current publication is based on.

Les chiffres révisés des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif III donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

TEXT TABLE III. Number of Shopping Days, by Month, 1981 and 1982

TABLEAU EXPLICATIF III. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1981 et 1982

	1982		1981	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	25	5	26	5
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	27	4	26	5
April - Avril	25	4	25	4
May - Mai	26	5	26	5
June - Juin	26	4	26	4
July - Juillet	26	5	26	4
August - Août	26	4	25	5
September - Septembre	25	4	25	4
October - Octobre	25	5	26	5
November - Novembre	26	4	25	4
December - Décembre	26	3	26	4

Chart — 1

Graphique — 1

Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1980-1982

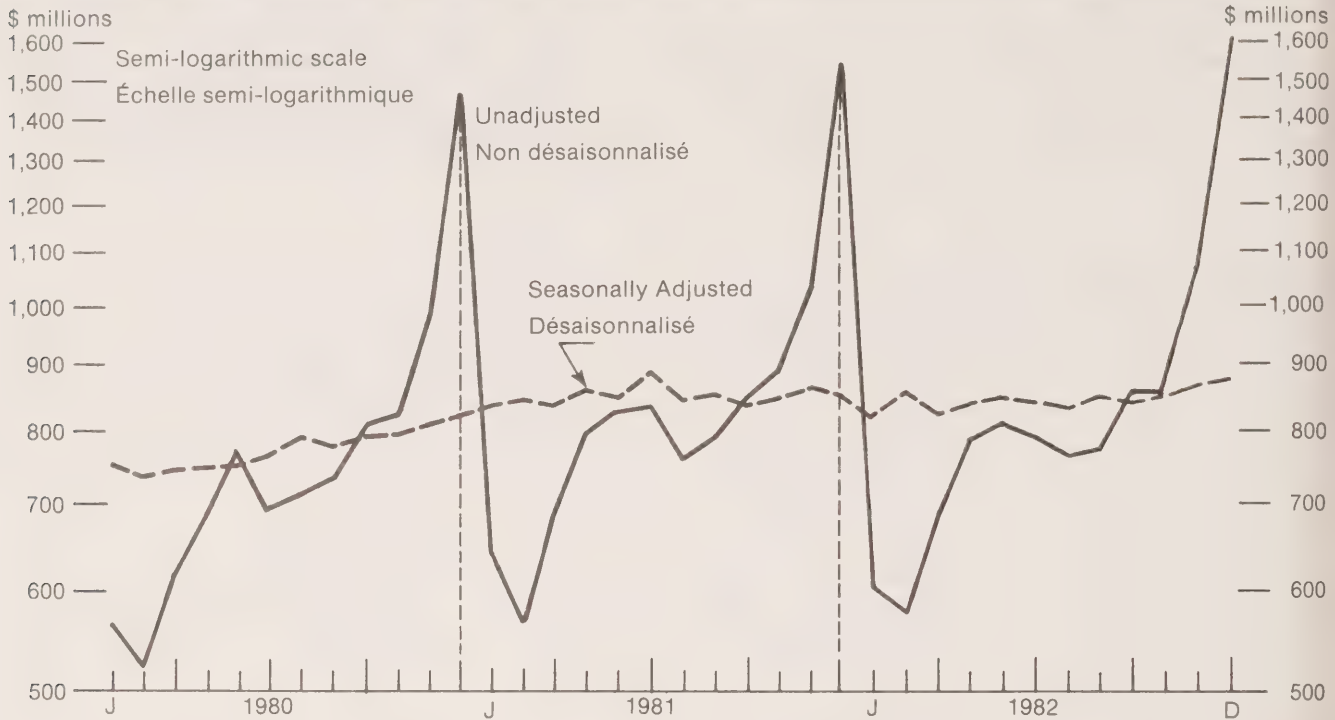


Chart — 2

Graphique — 2

Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1980-1982

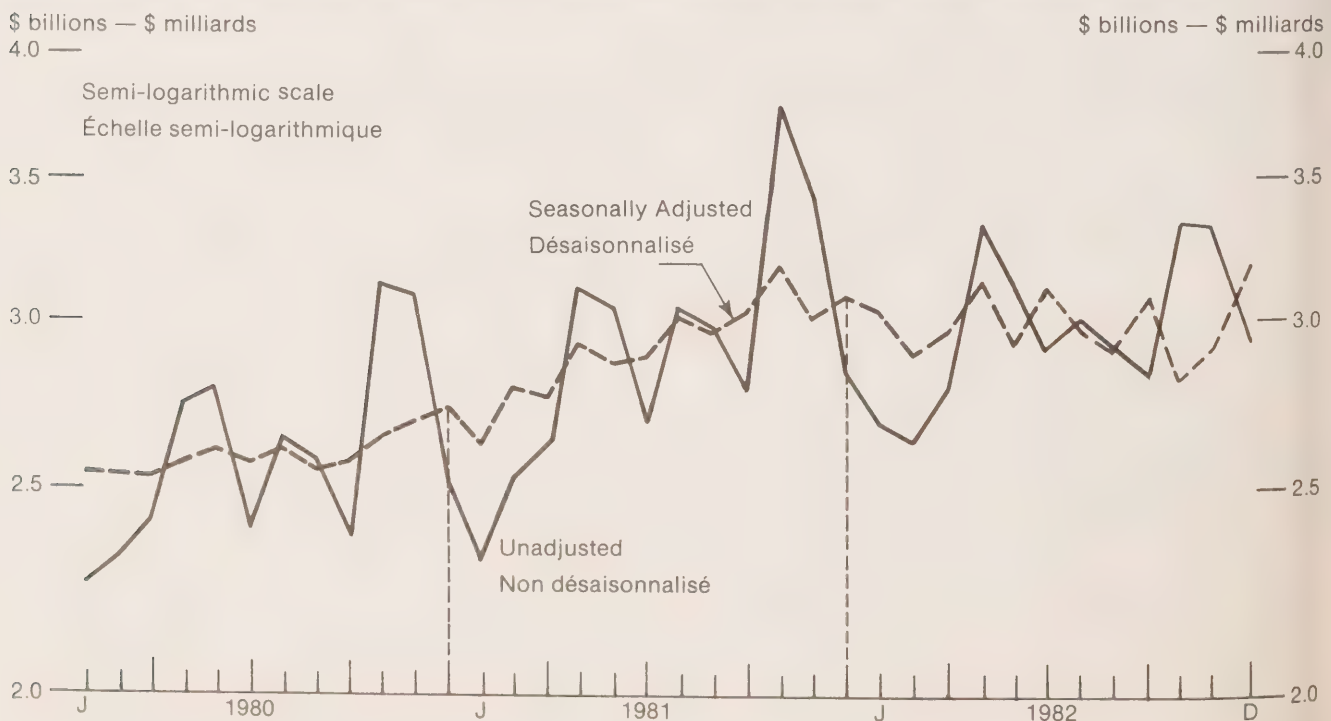


Chart — 3

Graphique — 3

Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1980-1982

Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1980-1982

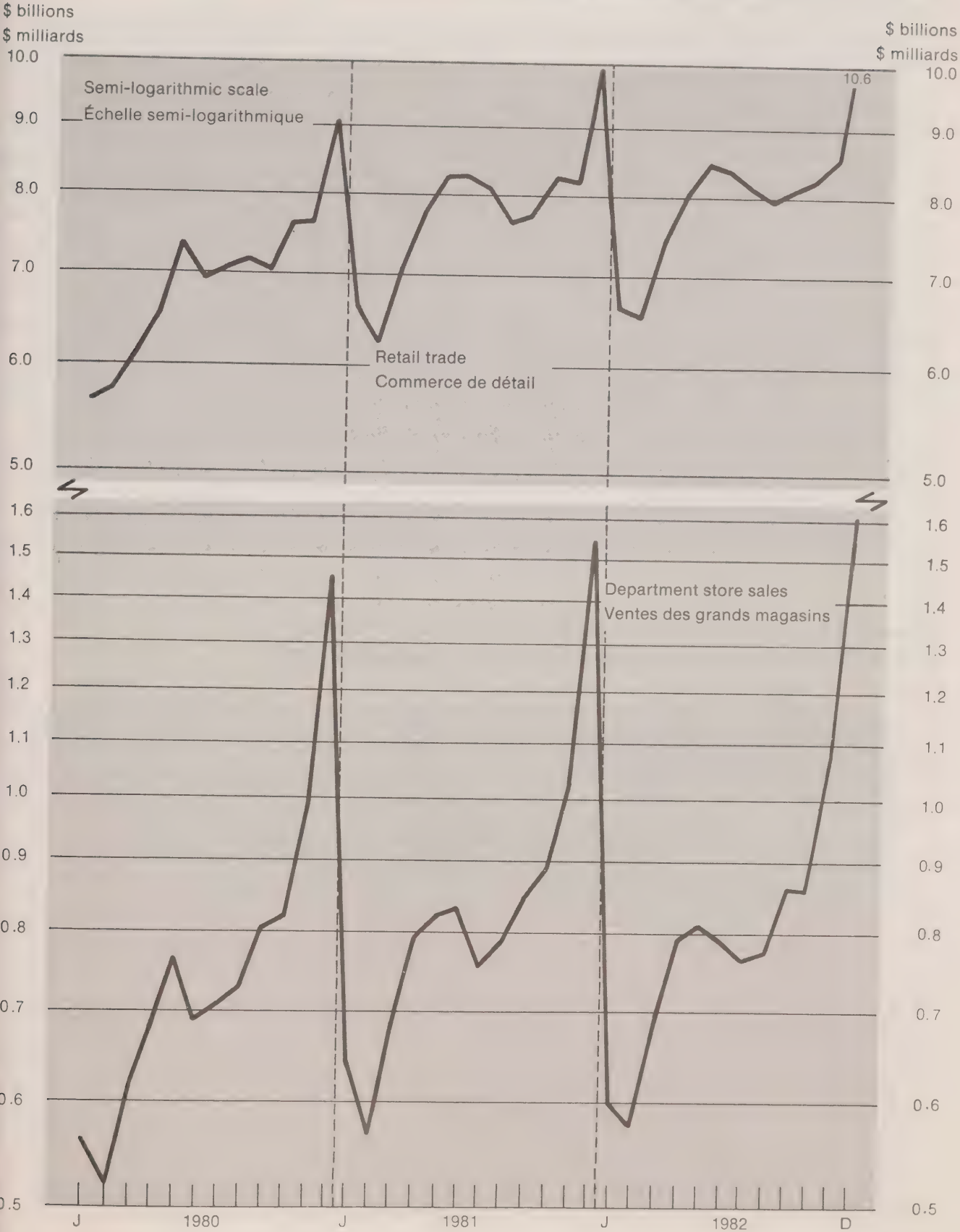


Chart — 4

Graphique — 4

Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1980-1982

Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1980-1982

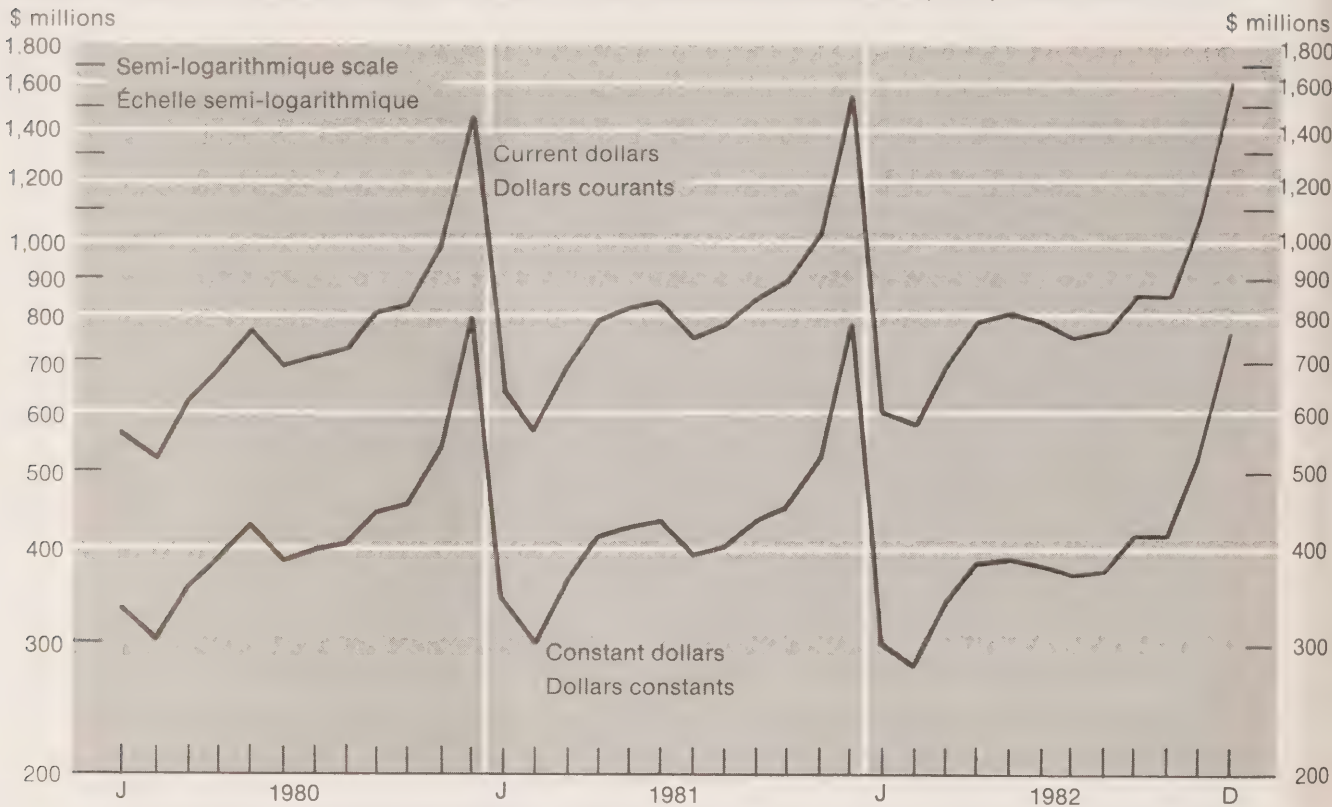
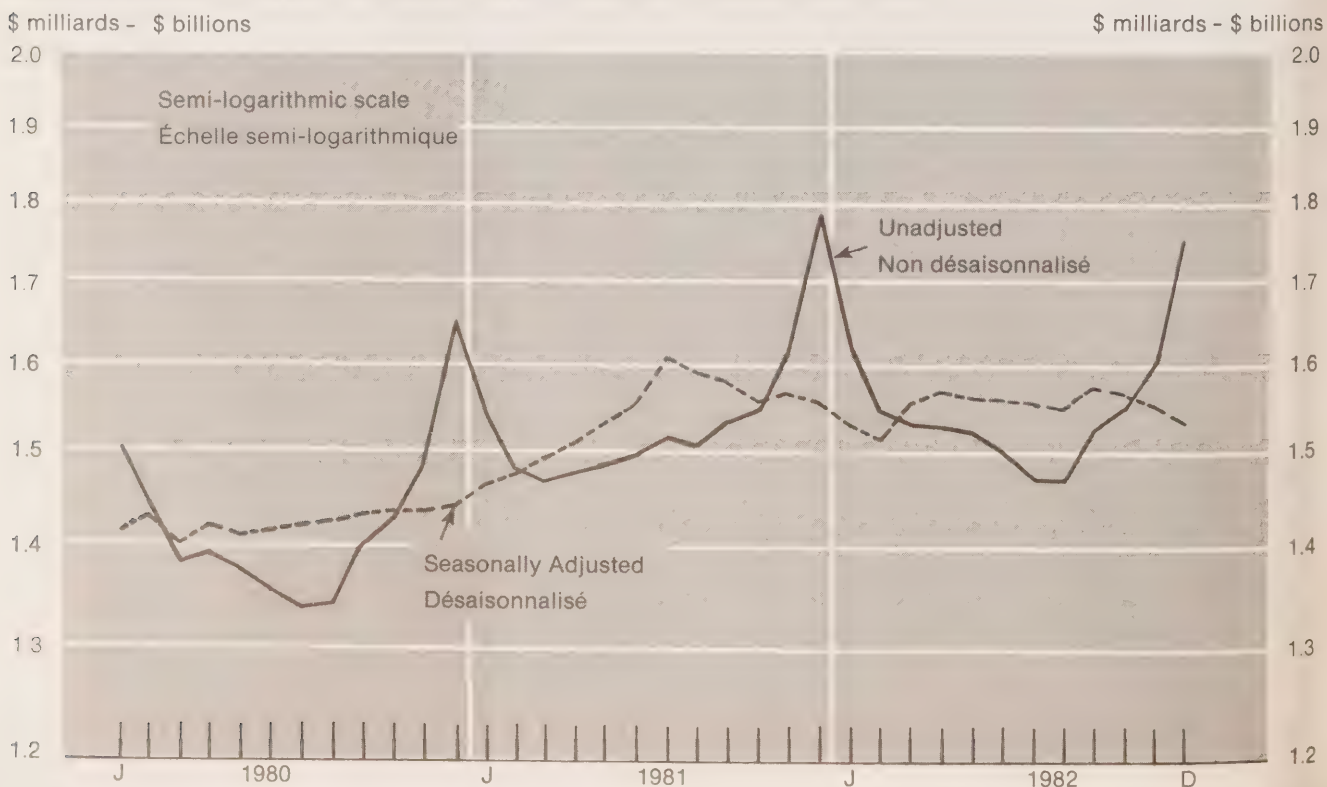


Chart — 5

Graphique — 5

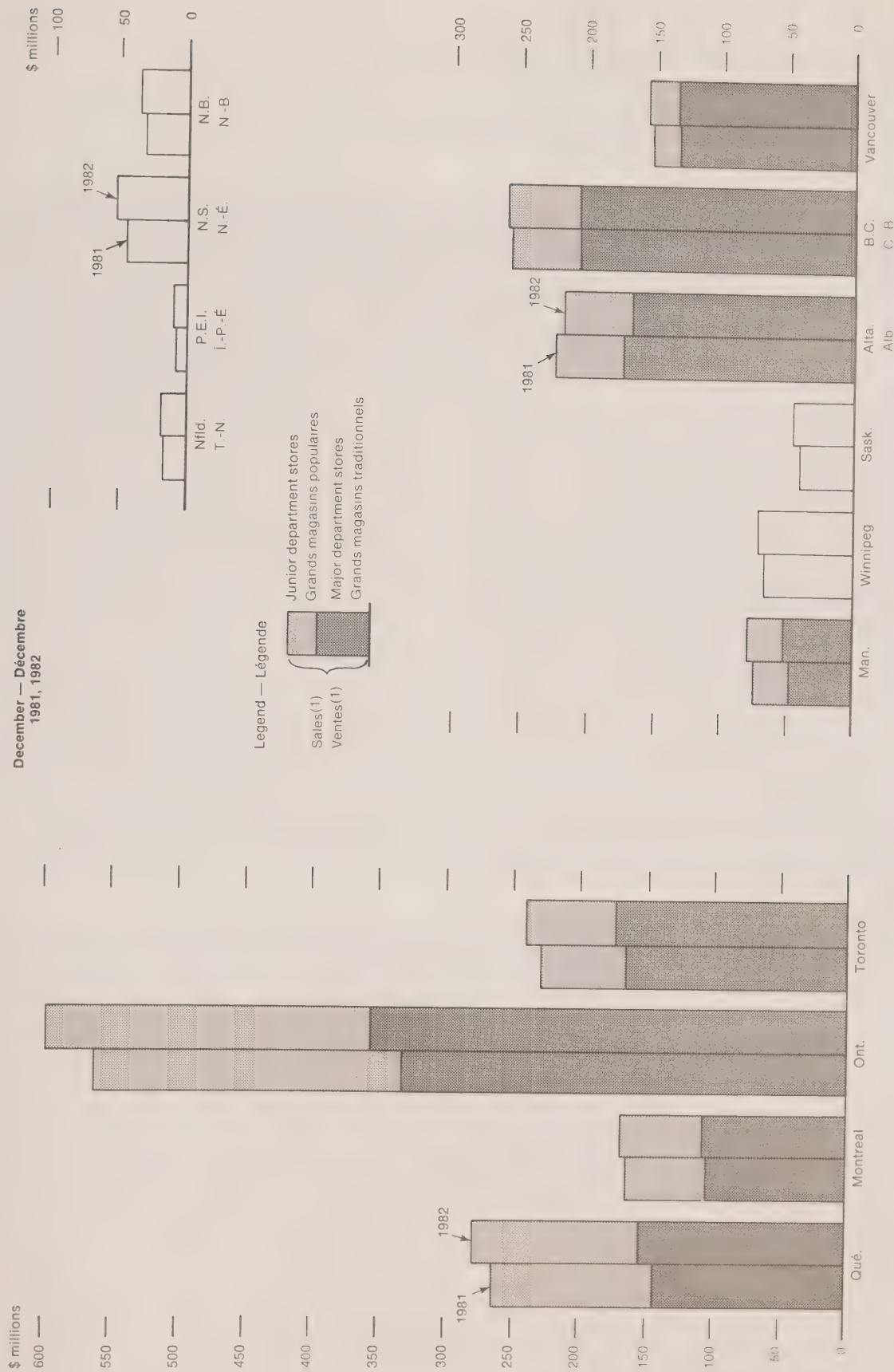
Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1980-1982

Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982



Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization

Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations



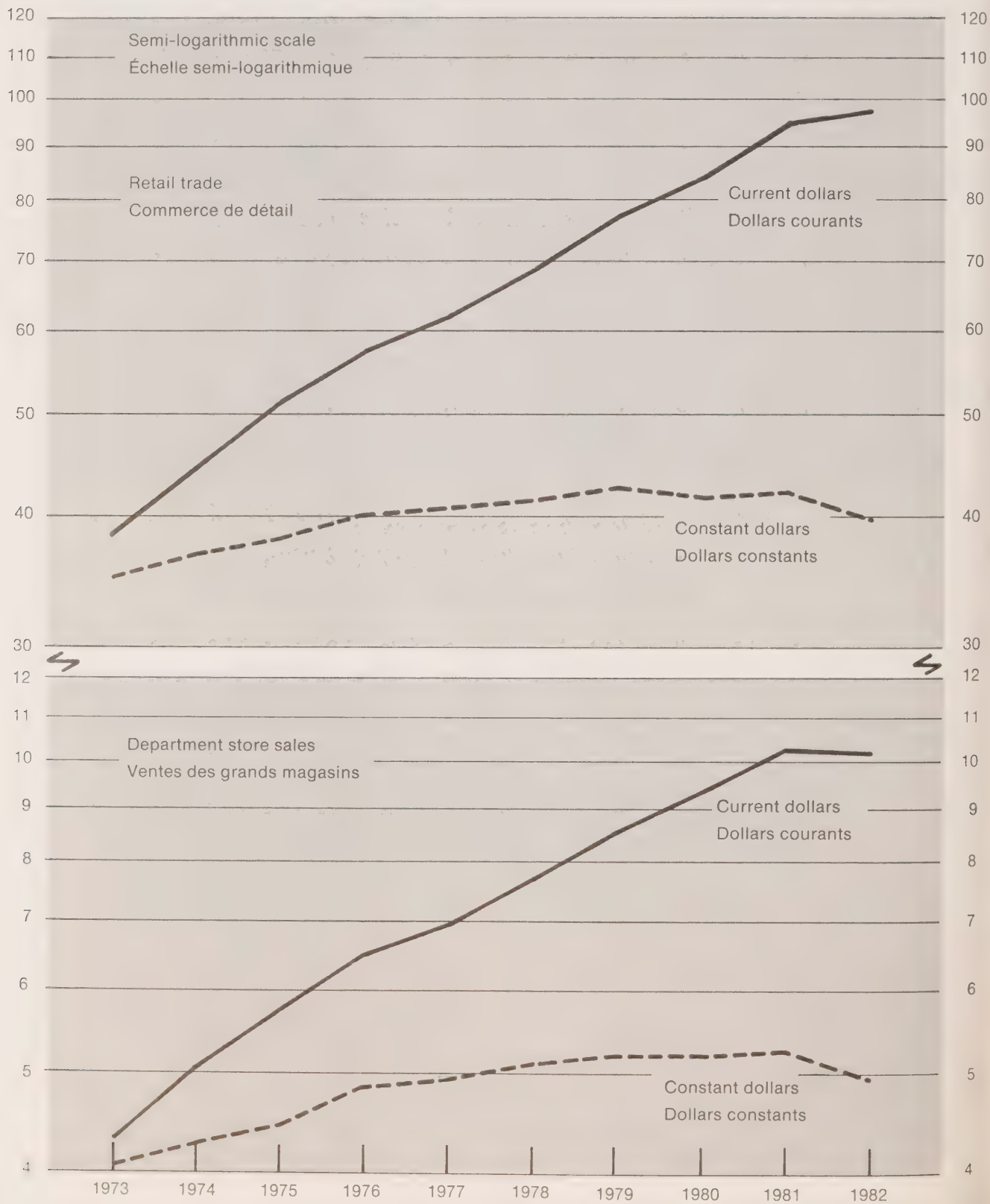
(1) For reasons of confidentiality, the split between the two groups (Major-Junior) is not shown for some regions.
(1) Pour des raisons de confidentialité, nous ne mentionnons pas pour certaines régions la subdivision en deux groupes (Traditionnels-Populaires).

Department Store Sales and Total Retail Trade, in Constant (1971) and Current Dollars, Canada, 1973-1982

Ventes des grands magasins et commerce de détail total, en dollars constants (1971) et courants, Canada, 1973-1982

\$ billions — \$ milliards

\$ billions — \$ milliards



HIGHLIGHTS

Seasonally adjusted sales of department stores in December 1982, registered \$879.0 million, a small increase of 1.4% over November 1982 sales. The largest increases were reported in repairs and services (+ 16.3%), plumbing, heating and building material (+ 16.2%) and toys and games (+ 9.6%), while major sales decreases were recorded in furs (- 25.1%), women's and misses' coats and suits (- 17.5%) and men's and boys' footwear (- 10.0%).

December 1982 department store sales, without adjustment for seasonal variations, increased 4.3% over December 1981, with sales of \$1,608.3 million. Sales rose in 27 of the 40 departments with the most notable gains observed in repairs and services (+ 39.9%), plumbing, heating and building materials (+ 30.8%) and women's and girls' hosiery (+ 16.2%). The largest decreases were reported in furs (- 9.5%), women's and misses' coats and suits (- 7.8%) and hardware, paints, wallpaper, etc. (- 5.7%).

Sales of major department store organizations increased 3.8% from December 1981, to \$1,009.3 million, while junior department store organizations' sales were up 5.0% to \$599.0 million.

With the exception of Alberta (- 3.0%) and the Yukon and Northwest Territories (- 1.2%), sales in the remaining provinces showed increases ranging from 13.4% in Nova Scotia to 0.6% in British Columbia. Among the 10 metropolitan areas surveyed, Halifax-Dartmouth reported the largest sales increase (+ 17.4%), while the largest sales decrease was in Calgary (- 6.2%).

The retail value of stocks held in December 1982, unadjusted, increased 3.3% over December last year to \$2,939.0 million. The seasonally adjusted value of total December stocks was 9.5% higher than the previous month at \$3,182.4 million.

POINTS SAILLANTS

En décembre 1982, les ventes désaisonnalisées des grands magasins ont légèrement haussé de 1.4% par rapport au mois de novembre 1982 et ont totalisé \$879.0 millions. Les accroissements des ventes les plus appréciables ont été signalés dans les services et travaux de réparation (+ 16.3%), matériel de plomberie, chauffage et construction (+ 16.2%) et jouets et jeux (+ 9.6%), les baisses majeures se retrouvant dans les rayons de fourrures (- 25.1%), de manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles (- 17.5%) et chaussures pour hommes et garçons (- 10.0%).

Au mois de décembre 1982, les ventes des grands magasins, sans ajustements saisonniers, ont progressé de 4.3% par rapport à décembre 1981 pour se chiffrer à \$1,608.3 millions. Les ventes se sont accrues dans 27 des 40 rayons parmi lesquels les rayons de services et travaux de réparation (+ 39.9%), du matériel de plomberie, chauffage et construction (+ 30.8%) et de bas pour dames et fillettes (+ 16.2%) ont signalé les plus fortes augmentations. Les diminutions les plus remarquables ont été constatées dans les fourrures (- 9.5%), manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles (- 7.8%) et quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc. (- 5.7%).

Les ventes des grands magasins traditionnels ont augmenté de 3.8% de décembre 1981 à décembre 1982 pour s'établir à \$1,009.3 millions et les ventes des entreprises de grands magasins populaires ont été 5.0% supérieures avec \$599.0 millions.

À l'exception de l'Alberta (- 3.0%) et du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest (- 1.2%), toutes les autres provinces ont observé des augmentations de leurs ventes, les gains variant de 13.4% en Nouvelle-Écosse à 0.6% en Colombie-Britannique. Des 10 régions métropolitaines enquêtées, Halifax-Dartmouth a indiqué l'augmentation des ventes la plus significative (+ 17.4%), alors que Calgary a enregistré la baisse la plus forte (- 6.2%).

La valeur au détail des stocks détenus au mois de Décembre 1982, non désaisonnalisée, a haussé de 3.3% par rapport à l'année dernière pour se chiffrer à \$2,939.0 millions. La valeur désaisonnalisée des stocks totaux de décembre a augmenté de 9.5% par rapport au mois précédent avec \$3,182.4 millions.

The number of retail locations of department stores in December 1982 was unchanged from November 1982 and remained at 803 units compared to 787 in December 1981. Of this number, 343 locations were operated by major department store organizations and 460 by junior department store organizations.

The share of total department store sales of total retail trade in Canada amounted to 15.2% in December 1982, compared to 15.5% in December 1981.

Le nombre de points de vente au détail des grands magasins est resté le même en décembre 1982 qu'en novembre 1982, soit 803 unités, comparativement à 787 en décembre 1981. De ce nombre 343 points de vente étaient opérés par les entreprises de grands magasins traditionnels et 460 par les organisations de grands magasins populaires.

La part des ventes des grands magasins dans le total du commerce de détail, en décembre 1982, a été de 15.2% comparativement à 15.5% en décembre 1981.

SUMMARY OF 1982 RESULTS

Department store sales, one of the main components of retail trade in Canada, registered a decrease of 0.1% in total sales (in current dollars) for the period covering the twelve months of 1982, compared to 1981 and totalled \$10,206.4 million. Among the 40 departments surveyed, 21 departments showed sales declines over 1981, with major decreases reported in furniture (- 15.1%), major appliances (- 11.9%) and piece goods (- 9.4%) while repairs and services (+ 19.6%), women's and girls' hosiery (+ 10.2%) and millinery (+ 9.1%), registered major increases.

Sales by the major department store organizations for the year 1982, were 1.8% lower than in 1981 with sales of \$6,589.5 million. In contrast, the junior department store organizations had a sales increase of 3.1% and reached \$3,616.8 million. As a proportion of total department stores sales, major department store organizations represented 64.6% of sales, while junior department store organizations had 35.4% of sales. Last year the percentages were 65.7% and 34.3% of sales respectively.

At the provincial level, compared to last year, total department store sales fell in Quebec (- 0.8%), Alberta (- 1.1%) and British Columbia (- 4.4%), however, they registered increases in the remaining provinces ranging from 1.0% in Ontario to 7.6% in Nova Scotia.

Among the 10 metropolitan areas surveyed, Halifax-Dartmouth showed the largest sales increase (+ 10.2%) while the largest decrease was reported for Vancouver (- 5.4%).

The department store sales share of total retail trade in Canada was 15.2% in 1982, down from the 15.5% recorded in 1981.

Total department store sales, in constant 1971 dollars fell 6.0% over the previous year and totalled \$4,942.8 million.

SOMMAIRE DES RÉSULTATS DE 1982

Les ventes des grands magasins, qui constituent l'une des principales composantes du commerce de détail au Canada, ont indiqué une baisse de 0.1% pour la période couvrant les 12 mois de 1982 comparativement à l'année dernière et se sont chiffrées à \$10,206.4 millions (en dollars courants). Des 40 rayons observés, on a constaté une détérioration des ventes dans 21 rayons, les plus importantes baisses étant attribuables aux rayons de meubles (- 15.1%), des gros appareils ménagers (- 11.9%) et de tissus à la pièce (- 9.4%). D'autre part les accroissements des ventes les plus notables ont été rapporté dans les rayons de services et travaux de réparation (+ 19.6%), de bas pour dames et fillettes (+ 10.2%) et des chapeaux (+ 9.1%).

Les ventes par les organisations de grands magasins traditionnels, pour l'année 1982, ont totalisé \$6,589.5 millions soit 1.8% de moins qu'en 1981. Les organisations de grands magasins populaires ont, quant à elles, montré des hausses de ventes de l'ordre de 3.1% pour atteindre \$3,616.8 millions. Les ventes des organisations de grands magasins traditionnels ont représenté 64.6% de l'ensemble des ventes des grands magasins tandis que les organisations de grands magasins populaires se sont accaparées 35.4%. L'an passé les pourcentages respectifs étaient de 65.7% et 34.3%.

Au niveau provincial lorsqu'elles sont comparées à celles de l'année dernière, les ventes des grands magasins ont inscrit des baisses au Québec (- 0.8%), en Alberta (- 1.1%) et en Colombie-Britannique (- 4.4%) alors qu'elles se sont accrues dans toutes les autres provinces, les augmentations variant de 1.0% en Ontario à 7.6% en Nouvelle-Écosse.

Des 10 régions métropolitaines pour lesquelles on recueille des informations, Halifax-Dartmouth a enregistré la plus forte augmentation (+ 10.2%) tandis que la diminution la plus importante a été signalée à Vancouver (- 5.4%).

La part des ventes totales des grands magasins dans le total du commerce de détail a compté pour 15.2% en 1982, soit une baisse par rapport au 15.5% mesuré en 1981.

Le total des ventes des grands magasins exprimé en dollars constants de 1971 s'est chiffré à \$4,942.8 millions soit une chute de 6.0% par rapport à l'année précédente.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982

No.	Department	1982							
		January	February	March	April	May	June	July	August
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	June	Juillet	Août
		thousands of dollars							
		milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,164	10,515	13,752	17,504	20,909	17,713	15,442	14,684
2	Women's and misses' coats and suits	10,424	9,982	14,248	14,442	7,239	5,514	6,852	16,922
3	Women's and misses' sportswear	25,164	29,081	39,553	46,006	50,966	44,691	42,236	43,786
4	Furs	4,191	3,399	2,942	682	584	600	1,743	1,744
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	15,429	15,318	19,462	24,022	21,728	19,975	20,559	25,310
6	Girls' and teenage girls' wear	7,450	9,932	15,209	16,916	15,631	13,812	13,200	22,918
7	Lingerie and women's sleepwear	8,947	10,269	12,327	15,114	16,167	14,963	15,370	13,048
8	Intimate apparel	6,663	6,620	8,473	9,821	10,002	9,781	9,298	9,326
9	Millinery	1,362	892	912	1,164	973	884	937	976
10	Women's and girls' hosiery	7,532	6,687	8,687	10,305	9,269	8,211	6,870	8,173
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	8,098	7,850	10,661	12,799	12,467	10,763	9,477	10,539
12	Women's, misses' and children's footwear	12,965	11,946	19,399	24,904	24,820	21,959	17,547	21,766
13	Men's clothing	22,428	20,974	31,839	32,873	31,956	34,822	24,905	27,990
14	Men's furnishings	21,340	20,470	26,494	30,679	32,116	41,477	31,437	32,116
15	Boys' clothing and furnishings	6,041	6,080	9,159	12,078	10,692	9,958	8,916	17,859
16	Men's and boys' footwear	9,287	7,882	11,630	16,039	15,422	15,145	11,615	13,300
17	Food and kindred products	48,298	56,337	50,655	59,920	57,659	49,677	50,769	56,810
18	Toiletries, cosmetics and drugs	33,472	33,602	38,125	41,291	40,212	40,368	40,718	40,417
19	Photographic equipment and supplies	9,033	7,960	9,824	11,189	11,046	13,690	13,730	13,210
20	Piece goods	3,866	3,848	4,921	4,760	4,558	4,316	3,589	4,435
21	Linens and domestics	23,688	14,543	18,188	19,863	20,428	24,776	26,567	24,419
22	Smallwares and notions	8,695	7,079	7,396	7,753	6,809	6,491	6,863	7,502
23	China and glassware	7,319	7,485	9,533	10,004	10,802	9,503	10,000	9,214
24	Floor coverings	9,052	9,638	11,828	11,862	11,299	11,557	11,691	10,402
25	Draperies, curtains and furniture coverings	9,524	9,312	13,646	14,957	14,608	15,864	15,154	13,146
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,078	5,584	7,019	6,800	7,122	7,098	7,637	7,205
27	Furniture	37,565	31,181	35,745	36,630	40,456	39,581	43,626	35,418
28	Major appliances	35,255	27,544	31,403	31,730	32,420	35,022	41,554	32,333
29	Television, radio and music	27,745	23,480	29,072	28,213	25,000	27,482	30,271	30,756
30	Housewares and small electrical appliances	22,897	25,215	24,140	29,542	31,777	30,992	32,535	30,423
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	21,155	20,257	20,568	26,286	31,171	31,751	26,766	22,932
32	Plumbing, heating and building materials	6,267	6,404	7,385	10,670	12,683	11,213	11,774	8,855
33	Jewellery	9,668	11,294	15,407	16,885	17,463	17,452	16,696	15,879
34	Toys and games	6,915	7,822	9,712	14,068	11,773	11,507	13,446	12,192
35	Sporting goods and luggage	19,872	16,080	21,002	28,150	34,366	36,556	31,773	23,762
36	Stationery, books and magazines	17,447	18,133	18,481	20,175	19,730	20,478	19,930	27,698
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	16,159	12,756	15,203	18,161	17,757	18,700	18,433	15,982
38	Meals and lunches	18,314	18,418	20,083	19,573	19,777	19,527	19,629	19,637
39	Repairs and services	6,410	6,319	7,739	7,850	7,343	7,178	6,499	6,792
40	All other departments	19,900	19,718	22,625	30,048	30,229	31,232	27,921	25,584
	TOTAL ALL DEPARTMENTS	600,079	577,906	694,447	791,728	811,119	790,742	763,975	775,460

TABEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1982				1981	Change - Variation		Rayon	No
September	October	November	December	December	December/ November 1982	December 1982/1981		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre	Décembre/ novembre 1982	Décembre 1982/1981		
thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
16,187	15,203	18,125	23,107	22,884	+ 27.5	+ 1.0	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
17,602	22,926	25,036	21,964	23,825	- 12.3	- 7.8	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
57,198	44,112	51,616	68,894	69,579	+ 33.5	- 1.0	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
2,673	4,143	5,920	6,317	6,983	+ 6.7	- 9.5	Fourrures	4
24,461	25,065	27,166	37,054	36,141	+ 36.4	+ 2.5	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
18,293	15,013	19,626	26,599	25,080	+ 35.5	+ 6.1	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
16,856	16,904	25,016	45,822	43,194	+ 83.2	+ 6.1	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
10,644	8,915	10,587	14,401	13,078	+ 36.0	+ 10.1	Sous-vêtements	8
1,579	2,130	3,497	4,449	4,010	+ 27.2	+ 10.9	Chapeaux	9
12,633	11,787	13,043	18,138	15,610	+ 39.1	+ 16.2	Bas pour dames et fillettes	10
15,631	15,421	22,451	36,067	35,269	+ 60.6	+ 2.3	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
28,145	26,137	30,942	31,104	31,285	+ 0.5	- 0.6	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
38,610	36,156	50,613	66,294	68,653	+ 31.0	- 3.4	Vêtements pour hommes	13
39,768	37,967	57,801	110,068	100,910	+ 90.4	+ 9.1	Articles d'habillement pour hommes	14
11,927	11,577	14,679	24,055	22,276	+ 63.9	+ 8.0	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
16,733	15,248	20,628	24,363	23,428	+ 18.1	+ 4.0	Chaussures pour hommes et garçons	16
49,302	54,835	67,554	81,188	76,484	+ 20.2	+ 6.2	Produits alimentaires et connexes	17
41,747	45,925	56,506	110,219	100,618	+ 95.1	+ 9.5	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
12,750	12,143	15,651	32,660	32,243	+ 108.7	+ 1.3	Appareils et fournitures photographiques	19
5,489	5,509	5,561	4,654	4,614	- 16.3	+ 0.9	Tissus à la pièce	20
28,296	25,604	27,881	43,883	39,579	+ 57.4	+ 10.9	Literie et linge de maison	21
10,608	9,823	10,965	12,607	12,613	+ 15.0	--	Menus articles	22
12,420	10,756	16,439	34,915	36,117	+ 112.4	- 3.3	Porcelaine et verrerie	23
11,555	13,856	14,121	11,645	12,290	- 17.5	- 5.2	Revêtements de plancher	24
13,448	14,424	16,321	18,349	17,810	+ 12.4	+ 3.0	Tentures, rideaux et housses	25
8,515	8,906	12,733	21,114	20,351	+ 65.8	+ 3.7	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
38,348	39,172	40,456	42,085	42,258	+ 4.0	- 0.4	Meubles	27
38,390	40,546	42,791	43,559	43,404	+ 1.8	+ 0.4	Gros appareils ménagers	28
42,882	37,758	50,792	80,166	70,145	+ 57.8	+ 14.3	Télévision, radio et musique	29
31,952	35,470	43,031	79,727	75,242	+ 85.3	+ 6.0	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
23,160	27,897	25,797	35,583	37,750	+ 37.9	- 5.7	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
9,471	10,164	10,337	12,242	9,361	+ 18.4	+ 30.8	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
21,376	17,986	27,984	65,780	67,772	+ 135.1	- 2.9	Bijouterie	33
12,366	20,874	44,475	80,781	76,866	+ 81.6	+ 5.1	Jouets et jeux	34
23,489	20,678	27,718	50,997	53,741	+ 84.0	- 5.1	Articles de sport et valises	35
27,368	22,388	32,907	68,108	60,674	+ 107.0	+ 12.3	Papeterie, livres et revues	36
15,261	19,543	22,217	22,753	23,007	+ 2.4	- 1.1	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
19,985	20,015	23,950	32,401	30,894	+ 35.3	+ 4.9	Repas et casse-croûtes	38
7,409	9,006	11,914	13,436	9,607	+ 12.8	+ 39.9	Services et travaux de réparation	39
25,399	27,107	28,711	50,775	47,040	+ 76.8	+ 7.9	Tous autres rayons	40
859,926	859,089	1,073,558	1,608,323	1,542,685	+ 49.8	+ 4.3	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982(1)

No.	Department	1982						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	14,163	15,946	15,838	15,911	16,231	15,349	15,644
2	Women's and misses' coats and suits	13,713	14,589	13,722	15,291	13,468	13,332	14,329
3	Women's and misses' sportswear	42,070	45,503	44,678	46,307	47,261	44,347	46,809
4	Furs	2,389	2,941	4,384	2,604	3,162	3,488	3,639
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	22,067	22,678	22,795	23,779	23,874	22,732	22,503
6	Girls' and teenage girls' wear	14,602	16,246	16,660	16,753	17,207	15,841	15,994
7	Lingerie and women's sleepwear	16,658	17,529	16,733	17,974	16,836	16,814	16,728
8	Intimate apparel	8,521	9,448	9,088	9,144	9,376	8,722	8,993
9	Millinery	1,664	1,607	1,584	1,583	1,522	1,453	1,507
10	Women's and girls' hosiery	9,274	9,193	9,425	9,661	9,500	9,714	9,439
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	13,903	13,671	13,835	14,717	13,925	13,015	13,550
12	Women's, misses' and children's footwear	21,301	21,664	21,554	22,704	23,783	23,110	22,427
13	Men's clothing	35,418	35,391	34,313	35,512	36,875	36,349	34,205
14	Men's furnishings	36,817	37,638	38,181	39,262	40,876	39,970	40,459
15	Boys' clothing and furnishings	11,118	11,247	10,789	12,301	12,447	12,548	11,293
16	Men's and boys' footwear	14,921	13,474	13,625	14,450	15,996	14,674	13,634
17	Food and kindred products	57,722	58,254	54,223	56,448	56,495	56,021	56,700
18	Toiletries, cosmetics and drugs	43,859	44,698	45,338	45,365	44,189	46,135	45,373
19	Photographic equipment and supplies	12,906	13,437	13,472	13,704	13,040	13,889	13,309
20	Piece goods	4,540	4,496	4,513	4,409	4,368	4,413	4,616
21	Linens and domestics	23,374	23,461	23,599	23,526	23,266	26,439	23,752
22	Smallwares and notions	8,137	8,370	8,061	8,302	8,122	8,442	8,091
23	China and glassware	11,040	12,597	13,004	12,887	12,285	11,269	12,003
24	Floor coverings	11,128	11,772	12,050	12,001	11,282	12,066	11,371
25	Draperies, curtains and furniture coverings	12,506	13,689	14,722	13,886	14,394	14,986	13,415
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8,332	8,446	8,456	7,763	8,664	8,843	8,592
27	Furniture	35,723	41,685	37,845	40,178	38,347	39,123	35,517
28	Major appliances	36,745	39,250	34,912	35,244	31,988	35,217	33,938
29	Television, radio and music	31,672	33,566	34,122	36,254	33,320	37,740	35,129
30	Housewares and small electrical appliances	33,891	35,473	31,982	34,347	33,158	34,612	33,014
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	29,427	30,240	25,797	24,649	29,510	27,288	26,530
32	Plumbing, heating and building materials	8,621	9,208	8,680	9,536	10,723	8,697	10,704
33	Jewellery	20,439	21,516	22,048	21,046	20,450	20,566	21,862
34	Toys and games	20,232	20,704	19,644	21,054	19,544	21,542	20,327
35	Sporting goods and luggage	27,541	28,343	29,584	27,496	30,811	30,259	27,600
36	Stationery, books and magazines	23,204	26,300	24,443	25,473	24,080	25,414	26,335
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	21,234	18,706	17,672	17,013	18,262	17,739	18,216
38	Meals and lunches	21,392	23,043	21,027	20,530	20,045	20,311	19,861
39	Repairs and services	7,458	8,046	8,330	8,579	7,923	7,111	7,083
40	All other departments	28,491	29,121	26,756	26,296	28,410	28,751	27,514
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	814,939	856,240	822,512	842,892	850,497	843,908	831,311

* Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1981 et 1982(1)

1982					1981	Change - Variation			
August	September	October	November	December	December	December/ November 1982	Rayon		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre	Décembre/ novembre 1982			
thousands of dollars						per cent			N°
milliers de dollars						pourcentage			
16,001	15,834	15,934	17,131	16,242	16,247	- 5.2	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles		1
16,069	13,437	14,030	16,717	13,792	14,861	- 17.5	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles		2
45,572	45,762	42,715	44,139	45,589	46,188	+ 3.3	Vêtements sport pour dames et jeunes filles		3
1,899	2,583	3,253	3,437	2,573	3,012	- 25.1	Fourrures		4
24,269	22,017	22,144	23,286	22,912	22,649	- 1.6	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants		5
16,458	15,627	15,205	16,259	16,669	15,772	+ 2.5	Vêtements de fillettes et d'adolescentes		6
18,010	18,264	18,382	17,670	17,667	16,980	--	Lingerie et vêtements de nuit pour dames		7
9,786	10,127	9,910	10,784	10,201	9,318	- 5.4	Sous-vêtements		8
1,612	1,735	1,503	1,731	1,735	1,622	+ 0.2	Chapeaux		9
10,076	10,901	10,473	11,069	10,968	9,463	- 0.9	Bas pour dames et fillettes		10
14,143	14,698	14,750	15,040	14,672	14,421	- 2.4	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes		11
22,233	22,165	21,574	24,887	22,829	22,793	- 8.3	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants		12
34,184	34,806	32,809	35,349	34,564	36,127	- 2.2	Vêtements pour hommes		13
44,013	42,670	40,138	38,140	40,816	37,597	+ 7.0	Articles d'habillement pour hommes		14
12,912	11,129	11,476	12,163	12,115	11,623	- 0.4	Vêtements et articles d'habillement pour garçons		15
14,598	14,743	13,850	16,850	15,161	14,691	- 10.0	Chaussures pour hommes et garçons		16
56,998	55,904	57,685	57,522	57,094	55,417	- 0.7	Produits alimentaires et connexes		17
47,388	46,551	49,070	49,484	49,187	45,403	- 0.6	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments		18
13,749	13,726	13,922	13,673	13,533	13,570	- 1.0	Appareils et fournitures photographiques		19
4,926	4,723	4,683	4,721	4,805	4,779	+ 1.8	Tissus à la pièce		20
25,519	25,226	25,538	25,645	26,735	24,195	+ 4.3	Literie et linge de maison		21
8,948	9,043	8,609	9,217	8,393	8,409	- 8.9	Menus articles		22
11,977	12,854	12,943	11,768	12,745	13,203	+ 8.3	Porcelaine et verrerie		23
11,426	11,024	11,713	11,512	11,053	11,844	- 4.0	Revêtements de plancher		24
14,042	12,770	13,394	14,684	15,462	15,093	+ 5.3	Tentures, rideaux et housses		25
8,664	8,540	9,230	9,256	9,503	9,227	+ 2.7	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison		26
36,642	35,859	39,508	39,346	41,980	42,581	+ 6.7	Meubles		27
31,912	34,595	38,527	42,540	38,830	39,495	- 8.7	Gros appareils ménagers		28
35,050	38,497	36,149	38,796	37,782	33,219	- 2.6	Télévision, radio et musique		29
34,536	34,305	39,473	34,933	35,691	34,190	+ 2.2	Articles de ménage et petits appareils élec- triques		30
25,694	23,896	26,057	24,441	24,978	26,943	+ 2.2	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.		31
9,349	9,466	9,064	10,465	12,165	9,496	+ 16.2	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction		32
21,499	21,404	22,238	20,082	21,102	22,034	+ 5.1	Bijouterie		33
21,079	20,579	20,824	19,199	21,049	20,522	+ 9.6	Jouets et jeux		34
28,271	28,151	26,043	25,383	26,201	27,918	+ 3.2	Articles de sport et valises		35
26,863	25,423	25,639	26,040	28,194	26,059	+ 8.3	Papeterie, livres et revues		36
17,432	16,815	16,291	17,898	16,539	16,870	- 7.6	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures		37
19,993	20,569	19,917	21,451	22,061	21,341	+ 2.8	Repas et casse-croûtes		38
7,604	7,503	8,119	8,731	10,156	7,251	+ 16.3	Services et travaux de réparation		39
29,030	30,768	29,916	29,765	31,504	29,675	+ 5.8	Tous autres rayons		40
850,005	843,975	847,980	866,681	878,961	851,917	+ 1.4	TOTAL, TOUTS RAYONS		41

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982

Province		1982							
		January	February	March	April	May	June	July	August
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.		thousands of dollars - milliers de dollars							
1	Newfoundland	5,603	5,825	7,660	9,298	10,060	9,668	9,433	10,021
2	Prince Edward Island	3,311	2,956	3,744	4,285	4,446	4,797	6,030	5,098
3	Nova Scotia	12,967	13,146	16,382	20,455	20,369	20,303	19,946	21,808
4	New Brunswick	10,210	10,191	13,040	16,625	17,813	17,440	16,853	16,964
5	Quebec	106,158	98,370	118,529	145,086	151,798	135,809	134,696	142,230
6	Ontario	209,112	204,722	241,668	275,573	289,219	277,394	268,605	272,376
	Manitoba	28,921	29,484	37,860	43,247	43,038	40,902	41,294	40,344
9	Saskatchewan	15,630	15,984	19,564	22,876	23,277	22,476	22,961	22,792
10	Alberta	94,682	89,528	107,825	118,352	117,905	121,211	111,068	114,077
10	British Columbia	111,571	105,658	125,556	133,329	130,256	137,522	130,167	126,910
11	Yukon and Northwest Territories	1,913	2,042	2,620	2,602	2,938	3,220	2,922	2,841
12	CANADA	600,079	577,906	694,447	791,728	811,119	790,742	763,975	775,460

TABLE 4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

		1982							
Selected metropolitan areas		January	February	March	April	May	June	July	August
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.		thousands of dollars - milliers de dollars							
1	Calgary	39,359	36,626	44,827	47,244	46,836	48,110	44,318	43,635
2	Edmonton	41,843	39,763	47,049	54,107	53,478	54,215	49,535	52,992
3	Halifax-Dartmouth	7,230	7,259	8,677	11,094	10,412	10,004	9,595	10,970
4	Hamilton	15,392	15,603	18,213	21,081	21,650	20,474	19,866	19,178
	Montreal	65,774	60,945	72,444	89,467	89,527	79,362	78,723	83,744
	Ottawa-Hull	23,619	21,154	28,777	33,061	34,977	32,654	31,017	32,095
	Quebec City	13,736	12,624	15,388	18,963	21,038	19,196	18,411	19,777
5	Toronto	87,801	86,224	99,286	109,794	112,200	109,463	105,514	106,665
6	Vancouver	68,830	64,243	76,470	79,239	78,330	80,407	75,953	74,222
10	Winnipeg	26,332	26,800	34,351	39,272	38,966	36,918	37,372	36,432

TABEAU 3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1981 et 1982

1982				1981	Change - Variation		Province	Nº
September	October	November	December	December	December/ November 1982	December 1982/1981		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre	Décembre/ novembre 1982	Décembre 1982/1981		
Thousands of dollars - milliers de dollars								
9,903	11,067	13,775	19,875	19,400	+ 44.3	+ 2.4	Terre-Neuve	1
5,230	5,086	6,019	9,477	8,511	+ 57.5	+ 11.4	Île-du-Prince-Édouard	2
22,345	23,885	32,319	51,652	45,534	+ 59.8	+ 13.4	Nouvelle-Écosse	3
17,601	19,217	25,692	36,671	34,022	+ 42.7	+ 7.8	Nouveau-Brunswick	4
148,399	154,620	178,943	280,237	264,152	+ 56.6	+ 6.1	Québec	5
305,188	302,705	387,573	598,465	562,418	+ 54.4	+ 6.4	Ontario	6
46,588	44,257	57,953	80,873	76,621	+ 39.5	+ 5.5	Manitoba	7
25,635	25,662	34,458	47,067	42,556	+ 36.6	+ 10.6	Saskatchewan	8
125,582	127,275	158,132	218,739	225,573	+ 38.3	- 3.0	Alberta	9
150,496	142,202	175,741	260,278	258,846	+ 48.1	+ 0.6	Colombie-Britannique	10
2,958	3,112	2,954	4,990	5,051	+ 68.9	- 1.2	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
859,926	859,089	1,073,558	1,608,323	1,542,685	+ 49.8	+ 4.3	CANADA	12

TABEAU 4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1982				1981	Change - Variation		Certaines zones métropolitaines	No
September	October	November	December	December	December/ November 1982	December 1982/1981		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre	Décembre/ novembre 1982	Décembre 1982/1981		
thousands of dollars - milliers de dollars								
49,281	49,690	61,436	84,142	89,664	+ 37.0	- 6.2	Calgary	1
57,361	57,129	70,906	97,287	99,620	+ 37.2	- 2.3	Edmonton	2
12,820	13,419	17,887	27,088	23,066	+ 51.4	+ 17.4	Halifax-Dartmouth	3
22,578	22,174	28,431	46,262	44,600	+ 62.7	+ 3.7	Hamilton	4
91,348	93,644	108,605	170,734	165,309	+ 57.2	+ 3.3	Montréal	5
36,920	37,657	44,801	66,080	58,686	+ 47.5	+ 12.6	Ottawa-Hull	6
20,723	21,461	25,300	36,172	31,381	+ 43.0	+ 15.3	Ville de Québec	7
126,920	121,498	156,823	242,788	230,396	+ 54.8	+ 5.4	Toronto	8
91,441	85,071	104,703	156,081	153,147	+ 49.1	+ 1.9	Vancouver	9
42,384	40,028	52,572	72,593	68,668	+ 38.1	+ 5.7	Winnipeg	10

TABLE 5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982

Province	1982							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	x	x	x	x	x	x	x	x
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	61,088	56,009	68,858	81,067	83,063	73,948	73,714	76,393
6 Ontario	130,523	129,584	151,871	166,003	169,784	164,109	159,248	159,596
7 Manitoba	20,017	19,818	26,132	28,201	26,829	26,205	26,399	25,890
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	77,514	71,402	87,310	92,714	89,415	94,099	84,406	86,868
10 British Columbia	93,499	88,188	105,361	107,860	104,021	109,380	103,284	101,775
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	404,404	386,451	467,207	506,180	504,670	498,570	477,615	480,451

TABLE 6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

Selected metropolitan areas	1982							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	32,084	29,114	36,656	36,350 ^F	35,223	37,456	33,647	33,935
2 Edmonton	35,423	32,890	39,084	43,953	42,105	43,381	39,048	41,355
3 Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x	x
4 Hamilton	11,871	11,943	13,875	15,936	16,165	15,114	14,840	15,973
5 Montreal	42,242	39,667	48,192	56,661	55,322	48,659	48,943	51,605
6 Ottawa-Hull	15,821	14,639	19,329	19,953	22,267	21,006	20,563	19,729
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	65,495	65,256	74,976	80,710	80,223	78,069	75,481	77,380
9 Vancouver	61,670	57,641	68,857	69,932	68,830	69,984	66,095	64,649
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982

1982				1981	Change - Variation		Province	No
September	October	November	December	December	December/ November 1982	December 1982/1981		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre	Décembre/ novembre 1982	Décembre 1982/1981		
Thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
x	x	x	x	x	x	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
88,696	90,751	106,763	156,138	145,632	+ 46.2	+ 7.2	Québec	5
196,784	189,082	245,792	355,232	333,761	+ 44.5	+ 6.4	Ontario	6
33,309	29,310	39,694	52,740	48,918	+ 32.9	+ 7.8	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
100,475	99,298	124,170	168,176	175,029	+ 35.4	- 3.9	Alberta	9
125,830	115,913	143,087	207,619	207,453	+ 45.1	+ 0.1	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
583,344	562,694	708,644	1,009,315	972,086	+ 42.4	+ 3.8	CANADA	12

TABLEAU 6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

[illegible]

TABLE 7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982

Province	1982							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
	thousands of dollars - milliers de dollars							
No.								
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	x	x	x	x	x	x	x	x
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	45,070	42,360	49,671	64,018	68,736	61,861	60,981	65,837
6 Ontario	78,589	75,138	89,797	109,569	119,435	113,290	109,358	112,780
7 Manitoba	8,905	9,666	11,727	15,046	16,208	14,697	14,895	14,454
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	17,168	18,126	20,516	25,639	28,490	27,112	26,662	27,209
10 British Columbia	18,072	17,470	20,195	25,468	26,234	28,142	26,883	25,135
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	195,675	191,455	227,240	285,547	306,449	292,172	286,359	295,010

TABLE 8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

Selected metropolitan areas	1982							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
	thousands of dollars - milliers de dollars							
No.								
1 Calgary	7,274	7,513	8,171	10,894	11,613	10,654	10,671	9,700
2 Edmonton	6,420	6,874	7,965	10,154	11,373	10,834	10,488	11,637
3 Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x	x
4 Hamilton	3,521	3,661	4,337	5,146	5,485	5,360	5,026	5,205
5 Montreal	23,532	21,278	24,251	32,806	34,205	30,704	29,780	32,159
6 Ottawa-Hull	7,798	7,515	9,449	13,108	12,711	11,648	10,454	12,365
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	22,306	20,968	24,310	29,084	31,978	31,394	30,032	29,285
9 Vancouver	7,160	6,602	7,613	9,307	9,500	10,423	9,858	9,573
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x	x

TABLEAU 7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982

1982				1981	Change - Variation		Province	No
September	October	November	December	December	December/ November 1982	December 1982/1981		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre	Décembre/ novembre 1982	Décembre 1982/1981		
thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
x	x	x	x	x	x	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
59,703	63,870	72,180	124,099	118,520	+ 71.9	+ 4.7	Québec	5
108,405	113,623	141,780	243,232	228,657	+ 71.6	+ 6.4	Ontario	6
13,280	14,947	18,260	28,133	27,703	+ 54.1	+ 1.6	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
25,107	27,977	33,962	50,563	50,544	+ 48.9	--	Alberta	9
24,666	26,289	32,654	52,659	51,393	+ 61.3	+ 2.5	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
276,582	296,395	364,914	599,009	570,598	+ 64.2	+ 5.0	CANADA	12

TABLEAU 8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

[illegible]

TABLE 9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982

No.	Province	1982					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		number - nombre					
1	Newfoundland	15	14	14	14	14	14
2	Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7
3	Nova Scotia	30	30	30	30	30	30
4	New Brunswick	27	26	26	26	26	26
5	Quebec	163	163	164	164	164	164
6	Ontario	294	294	296	297	297	298
7	Manitoba	37	37	38	38	38	38
8	Saskatchewan	26	26	26	27	28	28
9	Alberta	82	82	82	82	82	82
10	British Columbia	99	98	98	100	101	102
11	Yukon and Northwest Territories	7	7	7	7	7	7
12	CANADA	787	784	788	792	794	796

TABLE 10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

No.	Selected metropolitan areas	1982					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		number - nombre					
1	Calgary	27	27	27	27	27	27
2	Edmonton	31	31	31	31	31	31
3	Halifax-Dartmouth	11	11	11	11	11	11
4	Hamilton	24	24	24	24	24	24
5	Montreal	80	80	80	80	80	80
6	Ottawa-Hull	31	31	31	31	31	31
7	Quebec City	17	17	17	17	17	17
8	Toronto	86	86	87	88	88	89
9	Vancouver	40	39	39	39	39	40
10	Winnipeg	29	29	30	30	30	30

TABEAU 9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1981 et 1982

1982					1981	Province	N ^o
August	September	October	November	December	December		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre		
number - nombre							
14	14	14	14	14	15	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
31	32	32	32	32	30	Nouvelle-Écosse	3
25	25	25	25	25	27	Nouveau-Brunswick	4
162	162	163	164	164	163	Québec	5
299	299	300	301	301	294	Ontario	6
38	38	38	38	38	37	Manitoba	7
28	28	29	29	29	26	Saskatchewan	8
83	83	84	84	84	82	Alberta	9
102	102	101	102	102	99	Colombie-Britannique	10
7	7	7	7	7	7	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
796	797	800	803	803	787	CANADA	12

TABEAU 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1982					1981	Certaines zones métropolitaines	N ^o
August	September	October	November	December	December		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre		
number - nombre							
27	27	27	27	27	27	Calgary	1
32	32	32	32	32	31	Edmonton	2
12	13	13	13	13	11	Halifax-Dartmouth	3
24	24	24	24	24	24	Hamilton	4
79	79	80	80	80	80	Montréal	5
32	32	32	32	32	31	Ottawa-Hull	6
17	18	18	19	19	17	Ville de Québec	7
86	87	88	89	88	86	Toronto	8
41	41	41	41	42	40	Vancouver	9
30	30	30	30	30	29	Winnipeg	10

TABLE 11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982

No.	Province	1982					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		number - nombre					
1	Newfoundland	9	8	8	8	8	8
2	Prince Edward Island	3	3	3	3	3	3
3	Nova Scotia	5	5	5	5	5	5
4	New Brunswick	6	6	6	6	6	6
5	Quebec	58	58	58	58	58	58
6	Ontario	110	110	111	112	112	113
7	Manitoba	18	18	18	18	18	18
8	Saskatchewan	14	14	14	14	15	15
9	Alberta	51	51	51	51	51	51
10	British Columbia	59	59	59	60	61	61
11	Yukon and Northwest Territories	6	6	6	6	6	6
12	CANADA	339	338	339	341	343	344

TABLE 12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

No.	Selected metropolitan areas	1982					
		January	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
		number - nombre					
1	Calgary	15	15	15	15	15	15
2	Edmonton	19	19	19	19	19	19
3	Halifax-Dartmouth	4	4	4	4	4	4
4	Hamilton	15	15	15	15	15	15
5	Montreal	32	32	32	32	32	32
6	Ottawa-Hull	13	13	13	13	13	13
7	Quebec City	6	6	6	6	6	6
8	Toronto	40	40	41	42	42	42
9	Vancouver	26	26	26	26	26	26
10	Winnipeg	13	13	13	13	13	13

TABLEAU 11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982

1982					1981	Province	N ^o
August	September	October	November	December	December		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre		
number - nombre							
8	8	8	8	8	9	Terre-Neuve	1
3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard	2
5	6	6	6	6	5	Nouvelle-Écosse	3
5	5	5	5	5	6	Nouveau-Brunswick	4
57	58	58	58	58	58	Québec	5
112	112	113	113	113	110	Ontario	6
18	18	18	18	18	18	Manitoba	7
15	15	15	15	15	14	Saskatchewan	8
51	51	51	51	51	51	Alberta	9
61	61	60	60	60	59	Colombie-Britannique	10
6	6	6	6	6	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
341	343	343	343	343	339	CANADA	12

TABLEAU 12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1982					1981	Certaines zones métropolitaines	N ^o
August	September	October	November	December	December		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre		
number - nombre							
15	15	15	15	15	15	Calgary	1
19	19	19	19	19	19	Edmonton	2
4	5	5	5	5	4	Halifax-Dartmouth	3
15	15	15	15	15	15	Hamilton	4
31	31	31	31	31	32	Montréal	5
13	13	13	13	13	13	Ottawa-Hull	6
6	7	7	7	7	6	Ville de Québec	7
39	40	40	40	40	40	Toronto	8
26	26	26	26	26	26	Vancouver	9
13	13	13	13	13	13	Winnipeg	10

TABLE 13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982

		1982						
Province		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		number - nombre						
1	Newfoundland	6	6	6	6	6	6	6
2	Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4	4
3	Nova Scotia	25	25	25	25	25	25	25
4	New Brunswick	21	20	20	20	20	20	20
5	Quebec	105	105	106	106	106	106	106
6	Ontario	184	184	185	185	185	185	185
7	Manitoba	19	19	20	20	20	20	20
8	Saskatchewan	12	12	12	13	13	13	13
9	Alberta	31	31	31	31	31	31	31
10	British Columbia	40	39	39	40	40	41	41
11	Yukon and Northwest Territories	1	1	1	1	1	1	1
12	CANADA	448	446	449	451	451	452	452

TABLE 14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

		1982						
Selected metropolitan areas		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		number - nombre						
1	Calgary	12	12	12	12	12	12	12
2	Edmonton	12	12	12	12	12	12	12
3	Halifax-Dartmouth	7	7	7	7	7	7	7
4	Hamilton	9	9	9	9	9	9	9
5	Montreal	48	48	48	48	48	48	48
6	Ottawa-Hull	18	18	18	18	18	18	18
7	Quebec City	11	11	11	11	11	11	11
8	Toronto	46	46	46	46	46	47	47
9	Vancouver	14	13	13	13	13	14	14
10	Winnipeg	16	16	17	17	17	17	17

TABEAU 13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982

1982					1981	Province	N ^o
August	September	October	November	December	December		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre		
number - nombre							
6	6	6	6	6	6	Terre-Neuve	1
4	4	4	4	4	4	Île-du-Prince-Édouard	2
26	26	26	26	26	25	Nouvelle-Écosse	3
20	20	20	20	20	21	Nouveau-Brunswick	4
105	104	105	106	106	105	Québec	5
187	187	187	188	188	184	Ontario	6
20	20	20	20	20	19	Manitoba	7
13	13	14	14	14	12	Saskatchewan	8
32	32	33	33	33	31	Alberta	9
41	41	41	42	42	40	Colombie-Britannique	10
1	1	1	1	1	1	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
455	454	457	460	460	448	CANADA	12

TABEAU 14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1982					1981	Certaines zones métropolitaines	N ^o
August	September	October	November	December	December		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre		
number - nombre							
12	12	12	12	12	12	Calgary	1
13	13	13	13	13	12	Edmonton	2
8	8	8	8	8	7	Halifax-Dartmouth	3
9	9	9	9	9	9	Hamilton	4
48	48	49	49	49	48	Montréal	5
19	19	19	19	19	18	Ottawa-Hull	6
11	11	11	12	12	11	Ville de Québec	7
47	47	48	49	48	46	Toronto	8
15	15	15	15	16	14	Vancouver	9
17	17	17	17	17	16	Winnipeg	10

TABLE 15. Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982
January-December

TABLEAU 15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982
Janvier-décembre

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1982/1981
		1981 ¹	1982	Variation 1982/1981
		thousands of dollars milliers de dollars		per cent pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	198,541	191,305	- 3.6
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	178,051	173,151	- 2.8
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sport pour dames et jeunes filles	551,283	542,303	- 1.6
4	Furs - Fourrures	32,620	34,938	+ 7.1
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	265,388	275,549	+ 3.8
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	190,490	194,599	+ 2.2
7	Lingerie and women's sleeperwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	201,863	210,805	+ 4.4
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	111,069	114,531	+ 3.1
9	Millinery - Chapeaux	18,100	19,755	+ 9.1
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	110,137	121,335	+ 10.2
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	177,083	172,224	- 2.7
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	272,787	271,634	- 0.4
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	438,624	419,460	- 4.4
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	454,718	481,733	+ 5.9
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habille- ment pour garçons	136,247	143,021	+ 5.0
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	179,951	177,692	- 1.3
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	658,278	682,984	+ 3.8
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	521,517	562,602	+ 7.9
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	167,239	162,886	- 2.6
20	Piece goods - Tissus à la pièce	60,943	55,206	- 9.4
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	289,549	298,536	+ 3.1
22	Smallwares and notions - Menus articles	104,216	102,090	- 2.0
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	156,265	148,390	- 5.0
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	150,498	138,506	- 8.0
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	177,095	168,753	- 4.7
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	112,446	105,811	- 5.9
27	Furniture - Meubles	541,911	460,063	- 15.1
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	491,605	433,147	- 11.9
29	Television, radio and music - Télévision, radio et musique	401,909	433,617	+ 7.9
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	407,140	417,921	+ 2.6
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	321,771	316,868	- 1.5
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	110,715	117,457	+ 6.1
33	Jewellery - Bijouterie	269,788	254,350	- 5.7
34	Toys and games - Jouets et jeux	243,783	246,751	+ 1.2
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	337,508	334,937	- 0.8
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	299,735	312,843	+ 4.4
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	213,012	212,310	- 0.3
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	251,663	250,661	- 0.4
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	81,820	97,859	+ 19.6
40	All other departments - Tous autres rayons	330,715	347,769	+ 5.2
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	10,218,073	10,206,352	- 0.1

TABLE 16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982
January-December

TABLEAU 16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1981 et 1982
Janvier-décembre

Province	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	119,547	122,188	+ 2.2
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	56,766	60,479	+ 6.5
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	256,214	275,577	+ 7.6
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	207,610	218,317	+ 5.2
Québec	1,808,958	1,794,875	- 0.8
Ontario	3,597,408	3,632,600	+ 1.0
Manitoba	517,347	534,761	+ 3.4
Saskatchewan	287,973	298,382	+ 3.6
Alberta	1,521,332	1,504,376	- 1.1
British Columbia - Colombie-Britannique	1,809,245	1,729,686	- 4.4
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	35,679	35,112	- 1.6
CANADA	10,218,073	10,206,352	- 0.1

TABLE 17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982
January-December

TABLEAU 17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines,
1981 et 1982
Janvier-décembre

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
Certaines zones métropolitaines	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	610,424	595,504	- 2.4
Edmonton	690,145	675,665	- 2.1
Halifax-Dartmouth	132,848	146,455	+ 10.2
Hamilton	272,872	270,902	- 0.7
Montréal	1,115,199	1,084,317	- 2.8
Ottawa-Hull	395,796	423,812	+ 7.1
Quebec City - Ville de Québec	236,957	242,789	+ 2.5
Toronto	1,471,840	1,464,976	- 0.5
Vancouver	1,093,811	1,034,990	- 5.4
Winnipeg	466,949	484,020	+ 3.7

TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982
January-December

TABLEAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982
Janvier-décembre

Province	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	x	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	1,043,511	1,016,488	- 2.6
Ontario	2,229,424	2,217,608	- 0.5
Manitoba	340,911	354,544	+ 4.0
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	1,195,377	1,175,847	- 1.6
British Columbia - Colombie-Britannique	1,497,304	1,405,817	- 6.1
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	6,709,088	6,589,545	- 1.8

TABLE 19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982
January-December

TABLEAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982
Janvier-décembre

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
Certaines zones métropolitaines	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	480,512	470,187	- 2.1
Edmonton	559,118	543,410	- 2.8
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	204,172	203,471	- 0.3
Montréal	723,117	694,310	- 4.0
Ottawa-Hull	260,174	274,352	+ 5.4
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	1,100,992	1,079,654	- 1.9
Vancouver	972,092	910,683	- 6.3
Winnipeg	x	x	x

TABLE 20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982
January-December

TABLEAU 20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982
Janvier-décembre

Province	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	x	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	765,448	778,386	+ 1.7
Ontario	1,367,983	1,414,996	+ 3.4
Manitoba	176,436	180,218	+ 2.1
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	325,953	328,531	+ 0.8
British Columbia - Colombie-Britannique	311,939	323,867	+ 3.8
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	3,508,983	3,616,807	+ 3.1

TABLE 21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982
January-December

TABLEAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines,
1981 et 1982
Janvier-décembre

Selected metropolitan areas Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	129,914	125,316	- 3.5
Edmonton	131,028	132,257	+ 0.9
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	68,700	67,431	- 1.8
Montréal	392,083	390,007	- 0.5
Ottawa-Hull	135,619	149,461	+ 10.2
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	370,850	385,322	+ 3.9
Vancouver	121,718	124,305	+ 2.1
Winnipeg	x	x	x

TABLE 22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981 and 1982

TABLEAU 22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981 et 1982

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution
	'000	%	'000	%	'000	%
1981:						
January - Janvier	643,821	100.0	442,269	68.7	201,552	31.3
February - Février	568,767	100.0	381,684	67.1	187,082	32.9
March - Mars	688,718	100.0	471,588	68.5	217,130	31.5
April - Avril	793,595	100.0	521,698	65.7	271,897	34.3
May - Mai	822,881	100.0	532,820	64.8	290,061	35.2
June - Juin	835,934	100.0	548,803	65.7	287,131	34.3
July - Juillet	757,743	100.0	485,895	64.1	271,848	35.9
August - Août	786,492	100.0	499,216	63.5	287,276	36.5
September - Septembre	848,390	100.0	575,366	67.8	273,024	32.2
October - Octobre	892,549	100.0	591,596	66.3	300,954	33.7
November - Novembre	1,036,498	100.0	686,067	66.2	350,430	33.8
December - Décembre	1,542,685	100.0	972,086	63.0	570,598	37.0
Year - Année	10,218,073	100.0	6,709,088	65.7	3,508,983	34.3
1982:						
January - Janvier	600,079	100.0	404,404	67.4	195,675	32.6
February - Février	577,906	100.0	386,451	66.9	191,455	33.1
March - Mars	694,447	100.0	467,207	67.3	227,240	32.7
April - Avril	791,728	100.0	506,180	63.9	285,547	36.1
May - Mai	811,119	100.0	504,670	62.2	306,449	37.8
June - Juin	790,742	100.0	498,570	63.1	292,172	36.9
July - Juillet	763,975	100.0	477,615	62.5	286,359	37.5
August - Août	775,460	100.0	480,451	62.0	295,010	38.0
September - Septembre	859,926	100.0	583,344	67.8	276,582	32.2
October - Octobre	859,089	100.0	562,694	65.5	296,395	34.5
November - Novembre	1,073,558	100.0	708,644	66.0	364,914	34.0
December - Décembre	1,608,323	100.0	1,009,315	62.8	599,009	37.2
Year - Année	10,206,352	100.0	6,589,545	64.6	3,616,807	35.4

TABLE 23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1980, 1981 and 1982
December

TABLEAU 23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1980, 1981 et 1982
Décembre

Province and Selected Metropolitan Areas	Distribution			Change 1982/1981
	1980	1981 ^r	1982	Variation 1982/1981
Province et certaines zones métropolitaines	per cent - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	11.5	11.3	10.4	- 8.0
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	21.4	21.8	21.2	- 2.8
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	14.5	14.3	14.8	+ 3.5
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	14.5	14.2	13.6	- 4.2
Québec	11.9	11.6	11.1	- 4.3
Ontario	16.2	15.4	14.9	- 3.2
Manitoba	20.6	19.8	19.5	- 1.5
Saskatchewan	11.8	10.5	11.4	+ 8.6
Alberta	19.7	19.5	19.2	- 1.5
British Columbia - Colombie-Britannique	21.1	20.1	21.0	+ 4.5
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	18.1	16.8	17.9	+ 6.5
CANADA	16.1	15.5	15.2	- 1.9
Montréal	15.2	14.4	13.5	- 6.3
Toronto	17.5	16.4	16.3	- 0.6
Winnipeg	28.6	27.0	25.5	- 5.6
Vancouver	24.3	22.9	24.1	+ 5.2

TABLE 24. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, 1981 and 1982

		1982							
		January	February	March	April	May	June	July	August
Department		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.		thousands of dollars							
		milliers de dollars							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	45,563	46,324	49,956	61,422	53,996	44,779	50,075	42,110
2	Women's and misses' coats and suits	28,018	36,932	37,386	35,287	31,781	34,347	53,829	56,166
3	Women's and misses' sportswear	98,814	104,198	120,456	146,437	139,327	113,690	122,569	117,549
4	Furs	18,433	17,186	16,269	16,249	16,435	17,921	16,901	18,268
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	61,548	60,033	60,661	80,996	70,348	67,120	84,158	70,317
6	Girls' and teenage girls' wear	35,182	39,073	44,171	54,035	49,388	43,281	56,772	47,476
7	Lingerie and women's sleepwear	40,036	40,592	45,160	53,303	51,133	44,395	45,635	46,172
8	Intimate apparel	32,235	28,340	29,431	33,805	32,265	29,431	30,072	29,858
9	Millinery	1,705	1,194	1,029	1,228	1,319	1,142	1,151	1,635
10	Women's and girls' hosiery	20,962	21,453	24,788	28,088	28,136	26,223	29,365	30,231
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	34,682	38,123	41,945	49,058	45,061	36,849	41,291	42,804
12	Women's, misses' and children's footwear	87,084	94,059	109,852	127,461	115,719	104,305	103,144	100,597
13	Men's clothing	121,023	144,954	153,997	188,986	165,246	151,568	151,950	183,318
14	Men's furnishings	115,358	119,780	128,539	156,904	149,582	132,185	146,369	150,374
15	Boys' clothing and furnishings	35,239	37,910	37,033	43,855	38,244	34,101	51,118	35,957
16	Men's and boys' footwear	67,699	68,641	76,775	89,539	88,004	80,766	77,195	75,379
17	Food and kindred products	38,730	32,819	35,302	35,516	33,314	35,152	33,710	28,550
18	Toiletries, cosmetics and drugs	168,715	136,298	145,774	176,578	171,034	167,698	168,487	155,273
19	Photographic equipment and supplies	54,039	47,485	45,858	62,039	57,622	52,117	53,926	54,882
20	Piece goods	26,758	27,466	31,482	32,886	31,183	31,091	31,686	28,807
21	Linens and domestics	105,895	104,167	108,155	118,515	114,625	106,454	101,390	89,195
22	Smallwares and notions	35,714	32,999	34,159	43,815	43,739	41,995	43,017	38,498
23	China and glassware	79,696	84,356	87,916	89,585	94,417	88,675	91,333	91,100
24	Floor coverings	59,308	53,602	56,326	65,293	61,679	62,160	58,862	56,431
25	Draperies, curtains and furniture coverings	74,144	67,185	66,471	74,758	67,791	63,883	65,079	58,907
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	44,908	43,607	45,553	55,147	51,384	50,536	50,871	51,391
27	Furniture	203,525	197,657	199,513	228,763	213,091	196,515	195,498	182,060
28	Major appliances	67,844	57,690	57,243	65,702	61,359	57,572	60,881	60,058
29	Television, radio and music	119,077	113,348	121,728	143,899	135,821	134,059	128,410	123,865
30	Housewares and small electrical appliances	128,912	117,029	123,454	150,298	142,848	141,682	139,901	134,717
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	109,649	96,519	116,389	150,983	140,726	141,579	139,821	138,091
32	Plumbing, heating and building materials	33,209	31,260	31,762	43,256	34,229	33,689	34,599	33,449
33	Jewellery	112,886	113,175	119,253	133,470	128,962	119,789	118,055	114,060
34	Toys and games	73,582	67,604	69,487	88,032	75,209	69,867	76,257	93,439
35	Sporting goods and luggage	106,210	109,124	120,993	159,494	151,440	133,323	127,221	116,701
36	Stationery, books and magazines	85,895	77,322	78,563	93,255	96,064	94,589	103,269	97,943
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	45,833	44,780	41,673	55,367	51,576	47,686	47,899	49,536
38	Meals and lunches	1,490	959	199	797	741	733	689	640
39	Repairs and services	5,313	4,271	4,298	5,961	5,070	5,450	5,536	5,625
40	All other departments	60,107	58,607	64,393	84,704	80,703	70,706	68,642	60,030
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,685,020	2,618,121	2,783,992	3,324,766	3,120,611	2,909,103	3,006,633	2,911,459

(1) At selling value.

TABLEAU 24. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1982				1981	Change - Variation		Rayon	N°
September	October	November	December	December	December/ November 1982	December 1982/1981		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre	Décembre/ novembre 1982	Décembre 1982/1981		
thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
43,071	53,378	50,583	38,190	45,831	- 24.5	- 16.7	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
68,444	65,591	51,973	39,832	35,304	- 23.4	+ 12.8	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
113,814	133,312	138,390	110,112	98,255	- 20.4	+ 12.1	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
17,581	22,888	20,370	19,495	21,783	- 4.3	- 10.5	Fourrures	4
70,793	83,445	72,788	69,427	67,443	- 4.6	+ 2.9	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
51,846	50,839	52,016	34,210	34,701	- 34.2	- 1.4	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
46,201	59,670	64,812	41,906	40,855	- 35.3	+ 2.6	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
26,010	33,061	32,089	31,873	31,897	- 0.7	- 0.1	Sous-vêtements	8
1,848	3,372	3,694	3,578	3,027	- 3.1	+ 18.2	Chapeaux	9
26,884	31,392	31,460	29,550	20,860	- 6.1	+ 41.7	Bas pour dames et fillettes	10
44,074	55,220	59,143	41,323	37,112	- 30.1	+ 11.3	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
98,004	108,974	96,642	92,278	94,195	- 4.5	- 2.0	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
161,417	185,703	179,391	161,055	166,447	- 10.2	- 3.2	Vêtements pour hommes	13
158,987	193,335	178,661	118,930	107,165	- 33.4	+ 11.0	Articles d'habillement pour hommes	14
39,741	49,495	42,770	33,717	34,246	- 21.2	- 1.5	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
65,322	77,049	76,019	70,627	76,019	- 7.1	- 7.1	Chaussures pour hommes et garçons	16
32,625	36,602	44,883	34,784	25,657	- 22.5	+ 35.6	Produits alimentaires et connexes	17
147,727	193,810	215,213	167,330	151,994	- 22.2	+ 10.1	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
50,093	68,055	62,582	48,245	44,962	- 22.9	+ 7.3	Appareils et fournitures photographiques	19
23,323	30,134	25,919	28,347	30,923	+ 9.4	- 8.3	Tissus à la pièce	20
84,877	97,554	113,664	121,003	119,640	+ 6.5	+ 1.1	Literie et linge de maison	21
35,601	37,224	35,317	45,140	42,553	+ 27.8	+ 6.1	Menus articles	22
86,412	90,829	101,825	105,647	106,239	+ 3.8	- 0.6	Porcelaine et verrerie	23
52,391	54,495	48,233	55,797	66,289	+ 15.7	- 15.8	Revêtements de plancher	24
56,455	65,430	62,564	67,395	76,095	+ 7.7	- 11.4	Tentures, rideaux et housses	25
48,686	59,593	56,245	45,733	43,282	- 18.7	+ 5.7	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
170,103	189,140	186,938	222,415	237,373	+ 19.0	- 6.3	Meubles	27
56,391	56,496	58,730	63,256	81,194	+ 7.7	- 22.1	Gros appareils ménagers	28
114,089	147,043	154,860	152,313	128,437	- 1.6	+ 18.6	Télévision, radio et musique	29
134,389	147,871	177,982	154,096	125,107	- 13.4	+ 23.2	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
121,437	140,444	127,452	130,096	123,138	+ 2.1	+ 5.7	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
33,790	35,081	39,492	49,424	34,101	+ 25.1	+ 44.9	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
107,078	134,856	150,622	115,677	108,515	- 23.2	+ 6.6	Bijouterie	33
109,250	144,072	117,276	59,113	55,096	- 49.6	+ 7.3	Jouets et jeux	34
119,695	158,701	142,586	121,917	123,644	- 14.5	- 1.4	Articles de sport et valises	35
90,186	105,128	112,947	83,031	74,564	- 26.5	+ 11.4	Papeterie, livres et revues	36
50,783	56,150	52,299	62,949	47,423	+ 20.4	+ 32.7	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
861	821	896	1,011	1,341	+ 12.8	- 24.6	Repas et casse-croûtes	38
4,799	5,691	6,165	5,841	4,462	- 5.3	+ 30.9	Services et travaux de réparation	39
61,375	76,189	79,225	62,301	77,034	- 21.4	- 19.1	Tous autres rayons	40
2,826,453	3,338,133	3,324,716	2,938,964	2,844,203	- 11.6	+ 3.3	TOTAL, TOUS RAYONS	41

1) Valeur de vente.

TABLE 25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982(1)

No.	Department	1982						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
		thousands of dollars						
		milliers de dollars						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	50,757	46,815	46,740	51,023	48,544	52,300	54,607
2	Women's and misses' coats and suits	39,366	43,467	43,721	44,980	47,470	50,274	42,422
3	Women's and misses' sportswear	119,224	112,137	116,281	123,492	121,672	122,090	120,627
4	Furs	18,866	19,567	20,677	18,994	18,939	21,717	18,138
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	73,823	69,843	68,204	74,084	68,239	74,379	68,639
6	Girls' and teenage girls' wear	47,493	44,100	46,861	49,419	45,844	48,299	46,246
7	Lingerie and women's sleepwear	51,292	48,741	47,738	47,605	46,573	49,153	48,579
8	Intimate apparel	31,930	29,542	31,003	33,328	30,081	32,147	30,853
9	Millinery
10	Women's and girls' hosiery	23,207	23,237	25,486	26,077	25,846	28,049	28,786
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	40,955	42,013	44,195	45,593	43,449	42,190	43,542
12	Women's, misses' and children's footwear	106,011	103,471	107,973	113,027	107,516	107,586	97,785
13	Men's clothing	158,767	157,506	164,036	186,450	162,356	185,020	157,788
14	Men's furnishings	137,525	135,833	138,587	145,605	137,483	148,756	146,179
15	Boys' clothing and furnishings	40,752	39,215	41,902	42,949	39,937	38,264	41,603
16	Men's and boys' footwear	83,509	80,746	76,530	79,946	78,240	85,232	75,615
17	Food and kindred products
18	Toiletries, cosmetics and drugs	167,305	160,371	160,668	166,929	163,497	181,256	174,093
19	Photographic equipment and supplies	54,544	53,116	53,348	60,414	55,204	60,272	55,537
20	Piece goods	29,644	27,755	31,347	30,804	29,915	32,172	31,276
21	Linens and domestics	116,706	106,351	110,531	108,055	101,889	103,575	103,787
22	Smallwares and notions	40,307	38,107	37,158	40,197	38,263	39,306	38,852
23	China and glassware	89,870	94,516	92,974	88,018	90,093	92,572	92,377
24	Floor coverings	59,724	56,610	58,765	63,688	59,017	60,268	57,793
25	Draperies, curtains and furniture coverings	77,555	67,538	67,834	69,516	62,251	65,602	63,991
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	51,070	48,428	47,501	54,225	46,468	50,551	49,587
27	Furniture	215,180	204,819	198,303	207,044	191,957	192,210	197,154
28	Major appliances	68,637	55,197	55,147	60,818	58,796	60,247	63,971
29	Television, radio and music	126,026	124,398	124,785	134,901	130,723	138,505	135,539
30	Housewares and small electrical appliances	141,033	129,060	126,257	136,834	131,839	143,971	140,618
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	125,575	121,003	123,094	124,390	120,943	128,377	123,398
34	Toys and games	86,589	84,958	84,813	92,074	82,367	86,501	87,682
35	Sporting goods and luggage	142,735	131,218	128,880	139,381	129,902	137,602	129,395
36	Stationery, books and magazines	96,445	92,222	90,333	93,022	89,487	98,530	97,728
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies
38	Meals and lunches
39	Repairs and services
40	All other departments
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,027,526	2,882,407	2,920,680	3,131,549	2,930,977	3,109,013	2,966,584

1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1981 et 1982(1)

1982					1981	Change - Variation			
August	September	October	November	December	December	December/ November 1982	Rayon		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre	Décembre/ novembre 1982			N ^o
Thousands of dollars									
milliers de dollars							per cent		
							pourcentage		
48,060	51,135	45,251	43,764	42,372	50,872	- 3.2	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1	
42,518	51,250	43,044	42,327	51,710	45,778	+ 22.2	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2	
118,330	131,319	117,902	121,256	138,297	123,659	+ 14.1	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3	
16,685	15,205	17,436	16,462	18,120	20,306	+ 10.1	Fourrures	4	
66,588	74,527	70,471	67,166	77,763	75,708	+ 15.8	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5	
43,066	52,630	42,554	45,761	47,494	48,296	+ 3.8	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
45,974	50,169	44,707	48,245	54,051	52,869	+ 12.0	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
29,951	31,228	30,550	27,043	31,648	31,691	+ 17.0	Sous-vêtements	8	
...	Chapeaux	9	
26,867	29,039	28,816	29,181	34,340	24,276	+ 17.7	Bas pour dames et fillettes	10	
44,536	49,333	41,660	43,924	49,560	44,596	+ 12.8	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11	
91,844	105,619	98,423	97,470	102,134	104,415	+ 4.8	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12	
157,856	162,801	144,753	147,102	176,654	182,672	+ 20.1	Vêtements pour hommes	13	
147,166	161,408	145,584	147,898	157,732	142,257	+ 6.6	Articles d'habillement pour hommes	14	
36,516	40,656	37,840	38,514	41,755	42,491	+ 8.4	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15	
72,355	70,848	63,415	71,406	80,140	86,616	+ 12.2	Chaussures pour hommes et garçons	16	
...	Produits alimentaires et connexes	17	
174,190	170,310	153,854	162,560	187,191	170,279	+ 15.2	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18	
58,988	58,059	50,512	47,232	54,638	50,738	+ 15.7	Appareils et fournitures photographiques	19	
28,096	25,746	27,786	25,559	28,758	31,435	+ 12.5	Tissus à la pièce	20	
95,477	103,307	91,746	104,279	121,112	119,674	+ 16.1	Literie et linge de maison	21	
37,522	39,685	36,171	36,997	44,574	42,018	+ 20.5	Menus articles	22	
91,890	94,750	82,243	86,439	98,148	98,775	+ 13.5	Porcelaine et verrerie	23	
55,401	59,814	52,591	50,097	51,364	60,813	+ 2.5	Revêtements de plancher	24	
60,879	66,145	61,738	61,914	65,873	74,402	+ 6.4	Tentures, rideaux et housses	25	
49,362	53,197	49,352	50,196	55,260	52,304	+ 10.1	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26	
193,372	205,389	191,224	188,104	202,030	215,321	+ 7.4	Meubles	27	
67,809	70,498	54,654	54,079	57,953	74,152	+ 7.2	Gros appareils ménagers	28	
131,408	132,292	132,495	129,873	146,511	123,524	+ 12.8	Télévision, radio et musique	29	
137,931	148,152	130,329	154,646	177,163	143,958	+ 14.6	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30	
...	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31	
...	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32	
117,334	123,689	114,236	120,914	127,834	120,085	+ 5.7	Bijouterie	33	
87,498	87,491	81,641	86,942	105,975	99,195	+ 21.9	Jouets et jeux	34	
120,472	123,959	121,535	126,395	142,576	144,593	+ 12.8	Articles de sport et valises	35	
92,303	93,709	84,109	91,219	104,206	93,742	+ 14.2	Papeterie, livres et revues	36	
...	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37	
...	Repas et casse-croûtes	38	
...	Services et travaux de réparation	39	
...	Tous autres rayons	40	
2,901,594	3,070,229	2,816,515	2,906,728	3,182,419	3,083,503	+ 9.5	TOTAL, TOUTS RAYONS	41	

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982

No.	Department	1982						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5.58	4.41	3.63	3.51	2.58	2.53	3.24
2	Women's and misses' coats and suits	2.69	3.70	2.62	2.44	4.39	6.23	7.86
3	Women's and misses' sportswear	3.93	3.58	3.05	3.18	2.73	2.60	2.90
4	Furs	4.40	5.06	5.53	23.82	28.14	29.87	9.70
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.99	3.92	3.12	3.37	3.24	3.36	4.09
6	Girls' and teenage girls' wear	4.72	3.93	2.90	3.19	3.16	3.13	4.30
7	Lingerie and women's sleepwear	4.47	3.95	3.66	3.53	3.16	2.97	2.97
8	Intimate apparel	4.84	4.28	3.47	3.44	3.23	3.01	3.23
9	Millinery	1.25	1.34	1.13	1.06	1.36	1.29	1.23
10	Women's and girls' hosiery	2.78	3.21	2.85	2.73	3.04	3.19	4.27
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.28	4.86	3.93	3.83	3.61	3.42	4.36
12	Women's, misses' and children's footwear	6.72	7.87	5.66	5.12	4.66	4.75	5.88
13	Men's clothing	5.40	6.91	4.84	5.75	5.17	4.35	6.10
14	Men's furnishings	5.41	5.85	4.85	5.11	4.66	3.19	4.66
15	Boys' clothing and furnishings	5.83	6.24	4.04	3.63	3.58	3.42	5.73
16	Men's and boys' footwear	7.29	8.71	6.60	5.58	5.56	5.33	6.65
17	Food and kindred products	0.80	0.58	0.70	0.59	0.58	0.71	0.66
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.04	4.06	3.82	4.28	4.25	4.15	4.14
19	Photographic equipment and supplies	5.98	5.97	4.67	5.54	5.22	3.81	3.93
20	Piece goods	6.92	7.14	6.40	6.91	6.84	7.74	8.83
21	Linens and domestics	4.47	7.16	5.95	5.97	5.50	4.30	3.82
22	Smallwares and notions	4.11	4.66	4.62	5.65	6.93	6.47	6.27
23	China and glassware	10.89	11.27	9.22	8.95	8.74	9.33	9.13
24	Floor coverings	6.55	5.56	4.76	5.50	5.46	5.38	5.03
25	Draperies, curtains and furniture coverings	7.78	7.21	4.87	5.00	4.64	4.03	4.29
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7.39	7.81	6.47	8.11	7.21	7.12	6.66
27	Furniture	5.42	6.34	5.58	6.25	5.27	4.99	4.48
28	Major appliances	1.92	2.09	1.82	2.07	1.89	1.62	1.47
29	Television, radio and music	4.29	4.83	4.19	5.10	5.43	4.88	4.23
30	Housewares and small electrical appliances	5.63	4.64	5.11	5.09	4.46	4.57	4.30
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	5.18	4.76	5.66	5.74	3.94	3.60	5.22
32	Plumbing, heating and building materials	5.30	4.88	4.30	4.05	2.66	3.06	2.94
33	Jewellery	11.68	10.02	7.74	7.90	7.18	6.87	7.07
34	Toys and games	10.64	8.64	7.15	6.26	6.38	5.68	5.67
35	Sporting goods and luggage	5.34	6.79	5.76	5.67	4.32	3.67	4.00
36	Stationery, books and magazines	4.92	4.26	4.25	4.62	4.89	4.60	5.19
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	2.84	3.51	2.74	3.05	2.90	2.64	2.60
38	Meals and lunches	0.08	0.05	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04
39	Repairs and services	0.83	0.68	0.56	0.76	0.69	0.56	0.85
40	All other departments	3.02	2.97	2.85	2.82	2.11	2.06	2.06
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.37	4.42	3.94	4.16	3.77	3.62	3.83

TABLEAU 26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1982					1981		Rayon	
August	September	October	November	December	December	December		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre	Décembre		
2.87	2.66	3.51	2.79	1.65	2.00		Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
3.32	3.89	2.86	2.08	1.81	1.48		Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
2.68	1.99	3.02	2.68	1.60	1.41		Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
10.47	6.58	5.52	3.44	3.09	3.12		Fourrures	4
2.78	2.89	3.33	2.68	1.87	1.87		Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
2.07	2.83	3.39	2.65	1.29	1.38		Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
3.54	2.74	3.53	2.59	0.91	0.95		Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3.20	2.44	3.71	3.03	2.21	2.44		Sous-vêtements	8
1.68	1.17	1.58	1.06	0.80	0.75		Chapeaux	9
3.70	2.13	2.66	2.41	1.63	1.34		Bas pour dames et fillettes	10
4.06	2.82	3.58	2.63	1.15	1.05		Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
4.62	3.48	4.17	3.12	2.97	3.01		Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
6.55	4.18	5.14	3.54	2.43	2.42		Vêtements pour hommes	13
4.68	4.00	5.09	3.09	1.08	1.06		Articles d'habillement pour hommes	14
2.01	3.33	4.28	2.91	1.40	1.54		Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
5.67	3.90	5.05	3.69	2.90	3.24		Chaussures pour hommes et garçons	16
0.50	0.66	0.67	0.66	0.43	0.34		Produits alimentaires et connexes	17
3.84	3.54	4.22	3.81	1.52	1.51		Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
4.15	3.93	5.60	4.00	1.48	1.39		Appareils et fournitures photographiques	19
6.50	4.25	5.47	4.66	6.09	6.70		Tissus à la pièce	20
3.65	3.00	3.81	4.08	2.76	3.02		Literie et linge de maison	21
5.13	3.36	3.79	3.22	3.58	3.37		Menus articles	22
9.89	6.96	8.44	6.19	3.03	2.94		Porcelaine et verrerie	23
5.43	4.53	3.93	3.42	4.79	5.39		Revêtements de plancher	24
4.48	4.20	4.54	3.83	3.67	4.27		Tentures, rideaux et housses	25
7.13	5.72	6.69	4.42	2.17	2.13		Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
5.14	4.44	4.83	4.62	5.28	5.62		Meubles	27
1.86	1.47	1.39	1.37	1.45	1.87		Gros appareils ménagers	28
4.03	2.66	3.89	3.05	1.90	1.83		Télévision, radio et musique	29
4.43	4.21	4.17	4.14	1.93	1.66		Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
6.02	5.24	5.03	4.94	3.66	3.26		Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
3.78	3.57	3.45	3.82	4.04	3.64		Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
7.18	5.01	7.50	5.38	1.76	1.60		Bijouterie	33
7.66	8.83	6.90	2.64	0.73	0.72		Jouets et jeux	34
4.91	5.10	7.67	5.14	2.39	2.30		Articles de sport et valises	35
3.54	3.30	4.70	3.43	1.22	1.23		Papeterie, livres et revues	36
3.10	3.33	2.87	2.35	2.77	2.06		Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
0.03	0.04	0.04	0.04	0.03	0.04		Repas et casse-croûtes	38
0.83	0.65	0.63	0.52	0.43	0.46		Services et travaux de réparation	39
2.35	2.42	2.81	2.76	1.23	1.64		Tous autres rayons	40
3.65	3.23	3.81	3.06	1.80	1.82		TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982

No.	Department	1982						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.18	0.23	0.29	0.32	0.36	0.36	0.33
2	Women's and misses' coats and suits	0.33	0.31	0.38	0.40	0.22	0.17	0.16
3	Women's and misses' sportswear	0.26	0.29	0.35	0.34	0.36	0.35	0.36
4	Furs	0.21	0.19	0.18	0.04	0.04	0.03	0.10
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	0.24	0.25	0.32	0.34	0.29	0.29	0.27
6	Girls' and teenage girls' wear	0.21	0.27	0.37	0.34	0.30	0.30	0.26
7	Lingerie and women's sleepwear	0.22	0.25	0.29	0.31	0.31	0.31	0.34
8	Intimate apparel	0.21	0.22	0.29	0.31	0.30	0.32	0.31
9	Millinery	0.56	0.62	0.82	1.03	0.76	0.72	0.82
10	Women's and girls' hosiery	0.36	0.32	0.38	0.39	0.33	0.30	0.25
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.23	0.22	0.27	0.28	0.26	0.26	0.24
12	Women's, misses' and children's footwear	0.14	0.13	0.19	0.21	0.20	0.20	0.17
13	Men's clothing	0.16	0.16	0.21	0.19	0.18	0.22	0.16
14	Men's furnishings	0.19	0.17	0.21	0.21	0.21	0.29	0.23
15	Boys' clothing and furnishings	0.17	0.17	0.24	0.30	0.26	0.28	0.21
16	Men's and boys' footwear	0.13	0.12	0.16	0.19	0.18	0.18	0.15
17	Food and kindred products	1.50	1.57	1.49	1.69	1.68	1.45	1.47
18	Toiletries, cosmetics and drugs	0.21	0.22	0.27	0.26	0.23	0.24	0.24
19	Photographic equipment and supplies	0.18	0.16	0.21	0.21	0.18	0.25	0.26
20	Piece goods	0.13	0.14	0.17	0.15	0.14	0.13	0.11
21	Linens and domestics	0.21	0.14	0.17	0.18	0.18	0.22	0.26
22	Smallwares and notions	0.22	0.21	0.22	0.20	0.14	0.15	0.16
23	China and glassware	0.08	0.09	0.11	0.11	0.12	0.10	0.11
24	Floor coverings	0.14	0.17	0.22	0.20	0.18	0.19	0.19
25	Draperies, curtains and furniture coverings	0.13	0.13	0.20	0.21	0.20	0.24	0.24
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.14	0.13	0.16	0.14	0.13	0.14	0.15
27	Furniture	0.17	0.16	0.18	0.17	0.18	0.19	0.22
28	Major appliances	0.47	0.44	0.55	0.52	0.51	0.60	0.70
29	Television, radio and music	0.22	0.20	0.25	0.21	0.18	0.20	0.23
30	Housewares and small electrical appliances	0.18	0.21	0.20	0.22	0.22	0.22	0.23
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.18	0.20	0.19	0.20	0.24	0.22	0.19
32	Plumbing, heating and building materials	0.19	0.20	0.23	0.28	0.33	0.32	0.34
33	Jewellery	0.09	0.10	0.13	0.13	0.14	0.14	0.14
34	Toys and games	0.11	0.11	0.14	0.18	0.14	0.17	0.18
35	Sporting goods and luggage	0.17	0.15	0.18	0.20	0.23	0.26	0.24
36	Stationery, books and magazines	0.22	0.22	0.24	0.23	0.21	0.22	0.20
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.35	0.28	0.35	0.37	0.33	0.36	0.49
38	Meals and lunches	12.92	15.04	22.85	24.53	24.74	26.63	27.61
39	Repairs and services	1.31	1.32	1.81	1.53	1.33	1.36	1.18
40	All other departments	0.29	0.33	0.37	0.40	0.46	0.42	0.40
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.22	0.22	0.26	0.26	0.25	0.26	0.26

TABLEAU 27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1982						1981	
August	September	October	November	December	December	Rayon	N°
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre		
0.32	0.38	0.32	0.35	0.52	0.46	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
0.31	0.28	0.34	0.43	0.48	0.50	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.36	0.49	0.36	0.38	0.55	0.59	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
0.10	0.15	0.20	0.27	0.32	0.30	Fourrures	4
0.33	0.35	0.33	0.35	0.52	0.50	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.44	0.37	0.29	0.38	0.62	0.61	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.28	0.36	0.32	0.40	0.86	0.79	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.31	0.38	0.30	0.33	0.45	0.38	Sous-vêtements	8
0.70	0.91	0.82	0.99	1.22	1.27	Chapeaux	9
0.27	0.44	0.40	0.42	0.59	0.66	Bas pour dames et fillettes	10
0.25	0.36	0.31	0.39	0.72	0.74	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.21	0.28	0.25	0.30	0.33	0.33	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.17	0.22	0.21	0.28	0.39	0.37	Vêtements pour hommes	13
0.22	0.26	0.22	0.31	0.74	0.73	Articles d'habillement pour hommes	14
0.41	0.32	0.26	0.32	0.63	0.55	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.17	0.24	0.21	0.27	0.33	0.29	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.82	1.61	1.58	1.66	2.04	2.26	Produits alimentaires et connexes	17
0.25	0.28	0.27	0.28	0.58	0.56	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
0.24	0.24	0.21	0.24	0.59	0.61	Appareils et fournitures photographiques	19
0.15	0.21	0.21	0.20	0.17	0.15	Tissus à la pièce	20
0.26	0.33	0.28	0.26	0.37	0.32	Literie et linge de maison	21
0.18	0.29	0.27	0.30	0.31	0.31	Menus articles	22
0.10	0.14	0.12	0.17	0.34	0.35	Porcelaine et verrerie	23
0.18	0.21	0.26	0.27	0.22	0.20	Revêtements de plancher	24
0.21	0.23	0.24	0.26	0.28	0.23	Tentures, rideaux et housses	25
0.14	0.17	0.16	0.22	0.41	0.41	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.19	0.22	0.22	0.22	0.21	0.19	Meubles	27
0.53	0.66	0.72	0.74	0.71	0.52	Gros appareils ménagers	28
0.24	0.36	0.29	0.34	0.52	0.50	Télévision, radio et musique	29
0.22	0.24	0.25	0.26	0.48	0.32	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
0.17	0.18	0.21	0.19	0.28	0.28	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.26	0.28	0.30	0.28	0.28	0.28	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
0.14	0.19	0.15	0.20	0.49	0.54	Bijouterie	33
0.14	0.12	0.16	0.34	0.92	0.92	Jouets et jeux	34
0.19	0.20	0.15	0.18	0.39	0.39	Articles de sport et valises	35
0.28	0.29	0.23	0.30	0.70	0.69	Papeterie, livres et revues	36
0.33	0.30	0.37	0.41	0.39	0.45	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
29.55	26.63	23.80	27.90	33.98	22.66	Repas et casse-croûtes	38
1.22	1.42	1.72	2.01	2.24	1.87	Services et travaux de réparation	39
0.40	0.42	0.39	0.37	0.72	0.60	Tous autres rayons	40
2.62	0.30	0.28	0.32	0.51	0.49	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted, Canada, 1980-1982

TABLEAU 28. Montants à recevoir(1), non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982

Month	1980	1981	1982	Change from previous month	Change 1982/1981
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1982/1981
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,510,848	1,554,350	1,624,889	- 9.1	+ 4.5
February - Février	1,453,884	1,488,706	1,554,529	- 4.3	+ 4.4
March - Mars	1,388,475	1,476,287	1,537,740	- 1.1	+ 4.2
April - Avril	1,397,066	1,483,717	1,536,243	- 0.1	+ 3.5
May - Mai	1,381,243	1,493,281	1,527,443	- 0.6	+ 2.3
June - Juin	1,359,373	1,501,535	1,505,203	- 1.5	+ 0.2
July - Juillet	1,341,270	1,523,351	1,477,266	- 1.9	- 3.0
August - Août	1,346,822	1,512,048	1,476,402	- 0.1	- 2.4
September - Septembre	1,401,404	1,537,138	1,536,070	+ 4.0	- 0.1
October - Octobre	1,434,563	1,550,904	1,554,259	+ 1.2	+ 0.2
November - Novembre	1,490,778	1,622,633	1,613,782	+ 3.8	- 0.5
December - Décembre	1,658,191	1,788,145	1,755,362	+ 8.8	- 1.8

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982

TABLEAU 29. Montants à recevoir(1), désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982

Month	1980	1981	1982	Change from previous month	Change 1982/1981
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1982/1981
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,420.3	1,470.0	1,538.0	- 1.6	+ 4.6
February - Février	1,438.8	1,480.0	1,532.2	- 0.4	+ 3.5
March - Mars	1,408.9	1,499.0	1,563.1	+ 2.0	+ 4.3
April - Avril	1,424.7	1,515.0	1,573.7	+ 0.7	+ 3.9
May - Mai	1,417.5	1,537.0	1,569.7	- 0.3	+ 2.1
June - Juin	1,420.8	1,563.0	1,568.9	- 0.1	+ 0.4
July - Juillet	1,425.6	1,615.0	1,566.6	- 0.1	- 3.0
August - Août	1,430.0	1,595.0	1,557.7	- 0.6	- 2.3
September - Septembre	1,440.8	1,581.0	1,579.2	+ 1.4	- 0.1
October - Octobre	1,442.6	1,565.0	1,567.9	- 0.7	+ 0.2
November - Novembre	1,441.4	1,570.0	1,563.1	- 0.3	- 0.4
December - Décembre	1,448.9	1,563.0	1,534.1	- 1.9	- 1.8

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Department Store Sales and
Stocks, MCD, Seasonal
and Trading Day Factors

Ventes et stocks des grands
magasins MDC et coefficients de
corrections des variations
saisonnnières et des jours
commerciaux

TABLE 30. Department Store Sales, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1982 and 1983

No.	Department	1982						
		MCD	March	April	May	June	July	August
		MDC	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	86.83	110.01	128.82	115.40	98.71	91.77
2	Women's and misses' coats and suits	6	103.83	98.45	53.75	41.36	47.82	105.31
3	Women's and misses' sportswear	3	88.53	99.35	107.84	98.52	90.23	96.08
4	Furs	12	67.11	26.19	18.47	17.20	47.90	91.86
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	85.38	101.02	91.01	87.87	91.36	104.29
6	Girls' and teenage girls' wear	4	91.29	100.97	90.84	87.19	82.53	139.25
7	Lingerie and women's sleepwear	3	73.67	84.09	96.04	88.99	91.88	72.45
8	Intimate apparel	4	93.23	107.40	106.68	112.14	103.39	95.30
9	Millinery	12	57.58	73.52	63.94	60.82	62.19	60.53
10	Women's and girls' hosiery	3	92.17	106.67	97.57	84.53	72.78	81.11
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	77.06	86.97	89.53	82.70	69.94	74.52
12	Women's, misses' and children's footwear	6	90.00	109.69	104.36	95.02	78.24	97.90
13	Men's clothing	4	92.79	92.57	86.66	95.80	72.81	81.88
14	Men's furnishings	5	69.39	78.14	78.57	103.77	77.70	72.97
15	Boys' clothing and furnishings	6	84.89	98.19	85.90	79.36	78.95	138.31
16	Men's and boys' footwear	5	85.36	111.00	98.91	103.21	85.19	91.11
17	Food and kindred products	7	93.42	106.15	102.06	88.64	89.54	99.67
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	84.09	91.02	91.00	87.50	89.74	85.29
19	Photographic equipment and supplies	4	72.92	81.65	84.71	98.57	103.16	96.08
20	Piece goods	5	109.03	107.95	104.36	91.00	77.75	90.03
21	Linens and domestics	3	77.07	84.43	89.52	93.71	111.85	95.69
22	Smallwares and notions	4	91.75	93.39	77.68	76.88	84.82	83.84
23	China and glassware	4	73.31	77.63	87.93	84.33	83.31	76.93
24	Floor coverings	5	98.16	98.84	100.15	95.78	102.81	91.04
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	92.69	107.71	101.49	105.86	112.96	93.62
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	83.01	87.59	82.20	80.27	88.88	83.16
27	Furniture	4	94.45	91.17	105.50	100.66	122.83	96.66
28	Major appliances	5	89.95	90.03	101.35	101.15	122.44	101.32
29	Television, radio and music	4	85.20	77.82	75.03	72.82	86.17	87.75
30	Housewares and small electrical appliances	3	75.48	86.01	96.50	89.54	98.55	88.09
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4	79.73	106.64	121.03	112.69	100.89	89.25
32	Plumbing, heating and building materials	7	85.08	111.89	120.16	126.52	110.00	94.72
33	Jewellery	3	69.88	80.23	87.84	84.76	76.37	73.86
34	Toys and games	4	49.44	66.82	60.34	57.13	66.15	57.84
35	Sporting goods and luggage	3	70.99	102.38	113.79	120.15	115.12	84.05
36	Stationery, books and magazines	4	75.61	79.20	81.52	80.97	75.68	103.11
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	86.03	106.75	97.40	101.78	101.19	91.68
38	Meals and lunches	3	95.51	95.34	94.92	96.64	98.83	98.22
39	Repairs and services	7	92.90	91.50	92.77	100.34	91.76	89.32
40	All other departments	4	84.56	114.27	134.63	110.37	101.48	88.13
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	84.43	93.93	95.37	93.70	91.90	91.23

TABLEAU 30. Ventes des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1982 et 1983

1982			1983			Rayon	N°
September	October	November	December	January	February		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février		
102.23	95.41	105.80	142.27	56.53	65.80	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
131.00	163.41	149.76	159.25	72.75	68.40	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
124.99	103.27	116.94	151.12	58.72	63.76	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
103.49	127.36	172.25	245.52	169.10	116.20	Fourrures	4
111.10	113.19	116.66	161.72	67.80	67.55	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
117.06	98.74	120.71	159.57	50.35	61.21	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
92.29	91.96	141.57	259.37	53.38	58.54	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
105.10	89.96	98.17	141.17	76.05	70.02	Sous-vêtements	8
91.00	141.75	202.05	256.36	79.41	55.47	Chapeaux	9
115.89	112.55	117.83	165.37	80.51	72.52	Bas pour dames et fillettes	10
106.35	104.55	149.28	245.83	57.41	57.34	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
126.98	121.15	124.33	136.25	59.65	55.15	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
110.93	110.20	143.18	191.80	63.06	59.12	Vêtements pour hommes	13
93.20	94.59	151.55	269.67	57.18	54.24	Articles d'habillement pour hommes	14
107.17	100.88	120.69	198.55	53.57	53.93	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
113.50	110.09	122.42	160.69	60.55	58.37	Chaussures pour hommes et garçons	16
88.19	95.06	117.44	142.20	82.08	97.09	Produits alimentaires et connexes	17
89.68	93.59	114.19	224.08	75.50	75.10	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
92.89	87.22	114.47	241.33	69.31	59.14	Appareils et fournitures photographiques	19
116.23	117.64	117.79	96.86	83.93	85.61	Tissus à la pièce	20
112.17	100.26	108.72	164.14	101.01	61.84	Literie et linge de maison	21
117.31	114.10	118.97	150.20	105.59	84.66	Menus articles	22
96.62	83.10	139.69	273.96	65.75	59.59	Porcelaine et verrerie	23
104.82	118.30	122.66	105.36	80.48	82.08	Revêtements de plancher	24
105.31	107.69	111.15	118.67	74.32	67.99	Tentures, rideaux et housses	25
99.71	96.49	137.56	222.19	74.01	66.09	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
106.94	99.15	102.82	100.25	104.55	74.63	Meubles	27
110.97	105.24	100.59	112.18	94.64	70.27	Gros appareils ménagers	28
111.39	104.45	130.92	212.18	87.02	69.99	Télévision, radio et musique	29
93.14	89.86	123.18	223.38	67.32	71.11	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
96.92	107.06	105.55	142.46	70.71	67.01	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
100.05	112.13	98.78	100.63	67.44	69.59	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
99.87	80.88	139.35	311.73	46.83	52.35	Bijouterie	33
60.09	100.24	231.65	383.77	34.02	37.83	Jouets et jeux	34
83.44	79.40	109.20	194.64	72.58	56.73	Articles de sport et valises	35
107.65	87.32	126.37	241.57	75.00	68.82	Papeterie, livres et revues	36
90.76	119.96	124.13	137.57	73.07	68.10	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
97.16	100.49	111.65	146.87	84.22	79.92	Repas et casse-croûtes	38
98.75	110.93	136.45	132.29	83.97	78.66	Services et travaux de réparation	39
82.55	90.61	96.46	161.17	68.14	67.59	Tous autres rayons	40
101.89	101.31	123.87	182.98	72.42	67.40	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

TABLE 31. Department Store Stocks, MCD and Seasonal Factors, 1982 and 1983

No.	Department	1982						
		MCD	March	April	May	June	July	August
		MDC	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4	106.88	120.38	111.23	85.62	91.70	87.62
2	Women's and misses' coats and suits	4	85.51	78.45	66.95	68.32	126.89	132.10
3	Women's and misses' sportswear	3	103.59	118.58	114.51	93.12	101.61	99.34
4	Furs	5	78.68	85.55	86.78	82.52	93.18	109.49
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	4	88.94	109.33	103.09	90.24	122.61	105.60
6	Girls' and teenage girls' wear	3	94.26	109.34	107.73	89.61	122.76	110.24
7	Lingerie and women's sleepwear	4	94.60	111.97	109.79	90.32	93.94	100.43
8	Intimate apparel	3	94.93	101.43	107.26	91.55	97.47	99.69
9	Millinery
10	Women's and girls' hosiery	4	97.26	107.71	108.86	93.49	102.01	112.52
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	3	94.91	107.60	103.71	87.34	94.83	96.11
12	Women's, misses' and children's footwear	3	101.74	112.77	107.63	96.95	105.48	109.53
13	Men's clothing	3	93.88	101.36	101.78	81.92	96.30	116.13
14	Men's furnishings	4	92.75	107.76	108.80	88.86	100.13	102.18
15	Boys' clothing and furnishings	4	88.38	102.11	95.76	89.12	122.87	98.47
16	Men's and boys' footwear	4	100.32	112.00	112.48	94.76	102.09	104.18
17	Food and kindred products
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	90.73	105.78	104.61	92.52	96.78	89.14
19	Photographic equipment and supplies	4	85.96	102.69	104.38	86.47	97.10	93.04
20	Piece goods	4	100.43	106.76	104.24	96.64	101.31	102.53
21	Linens and domestics	3	97.85	109.68	112.50	102.78	97.69	93.42
22	Smallwares and notions	4	91.93	109.00	114.31	106.84	110.72	102.60
23	China and glassware	3	94.56	101.78	104.80	95.79	98.87	99.14
24	Floor coverings	3	95.85	102.52	104.51	103.14	101.85	101.86
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	97.99	107.54	108.90	97.38	101.70	96.76
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	95.90	101.70	110.58	99.97	102.59	104.11
27	Furniture	3	100.61	110.49	111.01	102.24	99.16	94.15
28	Major appliances	4	103.80	108.03	104.36	95.56	95.17	88.57
29	Television, radio and music	3	97.55	106.67	103.90	96.79	94.74	94.26
30	Housewares and small electrical appliances	3	97.78	109.84	108.35	98.41	99.49	97.67
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	3	96.88	107.30	106.63	93.31	95.67	97.21
34	Toys and games	4	81.93	95.61	91.31	80.77	86.97	106.79
35	Sporting goods and luggage	4	93.88	114.43	116.58	96.89	98.32	96.87
36	Stationery, books and magazines	4	86.97	100.25	107.35	96.00	105.67	106.11
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies
38	Meals and lunches
39	Repairs and services
40	All other departments
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2	95.32	106.17	106.47	93.57	101.35	100.34

TABLEAU 31. Stocks des grands magasins, MDC et coefficients de corrections des variations saisonnières, 1982 et 1983

1982				1983		Rayon	N°
September	October	November	December	January	February		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février		
84.23	117.96	115.58	90.13	89.88	98.82	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
133.55	152.38	122.79	77.03	70.87	84.64	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
86.67	113.07	114.13	79.62	82.92	92.89	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
115.63	131.27	123.74	107.59	97.80	87.88	Fourrures	4
94.99	118.41	108.37	89.28	83.33	85.99	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
98.51	119.47	113.67	72.03	73.90	88.55	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
92.09	133.47	134.34	77.53	78.28	83.08	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
83.29	108.22	118.66	100.71	100.95	95.88	Sous-vêtements	8
***	***	***	***	***	***	Chapeaux	9
92.58	108.94	107.81	86.05	90.53	92.43	Bas pour dames et fillettes	10
89.34	132.55	134.65	83.38	84.91	90.86	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
92.79	110.72	99.15	90.35	82.01	90.73	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
99.15	128.29	121.95	91.17	76.06	91.85	Vêtements pour hommes	13
98.50	132.80	120.80	75.40	83.82	88.21	Articles d'habillement pour hommes	14
97.75	130.80	111.05	80.75	86.36	96.76	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
92.20	121.50	106.46	88.13	80.87	84.98	Chaussures pour hommes et garçons	16
***	***	***	***	***	***	Produits alimentaires et connexes	17
86.74	125.97	132.39	89.39	101.00	84.98	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
86.28	134.73	132.50	88.30	98.95	89.42	Appareils et fournitures photographiques	19
90.59	108.45	101.41	98.57	90.17	98.98	Tissus à la pièce	20
82.16	106.33	109.00	99.91	90.77	97.77	Literie et linge de maison	21
89.71	102.91	95.46	101.27	88.65	86.46	Menus articles	22
91.20	110.44	117.80	107.64	88.85	89.23	Porcelaine et verrerie	23
87.59	103.62	96.28	108.63	99.34	94.57	Revêtements de plancher	24
85.35	105.98	101.05	102.31	95.58	99.35	Tentures, rideaux et housses	25
91.52	120.75	112.05	82.76	87.98	89.86	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
82.82	98.91	99.38	110.09	94.73	96.45	Mobilier	27
79.99	103.37	108.60	109.15	98.55	104.39	Gros appareils ménagers	28
86.24	110.98	119.24	103.96	94.56	91.05	Télévision, radio et musique	29
90.71	113.46	115.09	86.98	91.49	90.44	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
***	***	***	***	***	***	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
***	***	***	***	***	***	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
86.57	118.05	124.57	90.49	89.95	93.58	Bijouterie	33
124.87	176.47	134.89	55.78	85.08	79.85	Jouets et jeux	34
96.56	130.58	112.81	85.51	74.43	83.24	Articles de sport et valises	35
96.24	124.99	123.82	79.68	89.16	83.78	Papeterie, livres et revues	36
***	***	***	***	***	***	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
***	***	***	***	***	***	Repas et casse-croûtes	38
***	***	***	***	***	***	Services et travaux de réparation	39
***	***	***	***	***	***	Tous autres rayons	40
92.06	118.52	114.38	92.35	88.70	90.82	TOTAL, TOUS RAYONS	41

LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

MAJOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS TRADITIONNELS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland
Bowring Bros. Ltd., 281 Water St., St. John's, Newfoundland
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., 4910-50th St., Lloydminster, Saskatchewan
Ogilvy, Charles, Ltd., 126 Rideau St., Ottawa, Ontario
Ogilvy's, James A., Ltd., Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario
Robinson, The G.W., Co. Ltd., 18 James St., Hamilton, Ontario
Simpsons Ltd., 401 Bay St., Toronto, Ontario
Simpson Sears Ltd., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
Smith & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario
Woodward Stores (Alta.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia
Woodward Stores (B.C.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

JUNIOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS POPULAIRES

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
Sentry Dep't. Stores Ltd., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario
Steinberg Inc., Miracle Mart Division, 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario
Zeller's Ltd., 5250 Decarie Blvd., Montréal, Québec

SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Merchandising and Services Division in the Retail Trade sector.

Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil. 36 pp. First Issue, 1938. (ISSN 0380-7045).

Total sales and number of outlets, by province and selected metropolitan area, and sales and inventories by department, Canada.

- 63-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil. 1 pp. First Issue, 1950. (ISSN 0709-8650).

Total sales and percentage changes of sales, by region.

- 63-005 Retail Trade. M. Bil. Approx. 65 pp. First Issue, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total retail sales by province and kind of business, for chain and independent stores; seasonally adjusted sales, Canada.

- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil. Approx. 15 pp. First Issue, 1932. (ISSN 0705-5595).

Number and value of new passenger cars, trucks and buses sold by province and by origin (Canada and U.S. or imported). Monthly unit sales, by type and origin, seasonally adjusted.

- 63-014 Merchandising Inventories. M. Bil. 24 pp. First Issue, 1972. (ISSN 0380-7177).

Inventories and stocks/sales ratios, by type of trade for wholesale, by department for department stores, by kind of business for chain stores and independent stores: quarterly percentage changes for independent stores by kind of business.

- 63-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil. Approx. 74 pp. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total retail sales by chain and department stores including data on floor area, inventory and accounts receivable.

CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division du commerce et des services.

Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil. 36 pages. Premier numéro, 1938. (ISSN 0380-7045).

Ventes totales et nombre de points de ventes par provinces et certaines régions métropolitaines, ventes et stocks par rayon, Canada.

- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil. 1 page. Premier numéro, 1950. (ISSN 0709-8650).

Variations en pourcentage et ventes par région.

- 63-005 Commerce de détail. M. Bil. Environ 65 pages. Premier numéro, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total des ventes au détail par province et genre de commerce, pour les magasins à succursales et les magasins indépendants; chiffres désaisonnalisés, Canada.

- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil. Environ 15 pages. Premier numéro, 1932. (ISSN 0705-5595).

Nombre et valeur des voitures particulières, des camions et des autobus neufs vendus par province et par lieu d'origine (Canada et É.-U. ou importés). Ventes unitaires mensuelles selon le type et l'origine, après désaisonnalisation.

- 63-014 Stocks commerciaux. M. Bil. 24 pages. Premier numéro, 1972. (ISSN 0380-7177).

Stocks et rapports stocks/ventes, par genre de commerce pour le commerce de gros, par rayon pour les grands magasins et par genre de commerce pour les magasins à succursales et magasins indépendants: variations trimestrielles en pourcentage pour les magasins indépendants suivant le genre de commerce.

- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil. Environ 74 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total des ventes au détail pour les magasins à succursales et les grands magasins, incluant des données sur la superficie total, des stocks, et comptes à recevoir.

Catalogue

- 63-213 Vending Machine Operators. A. Bil. 21 pp. First Issue, 1958. (ISSN 0527-6411).

Sales of merchandise through automatic vending machines, by type of machine and location, Canada and provinces.

- 63-218 Direct Selling Canada. A. Bil. 14 pp. First Issue, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Sales of various commodities by method of distribution; door-to-door, mail order, etc.

- 63-219 Campus Book Stores, A. Bil. Approx. 8 pp. First Issue, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Retail sales by commodities, employees and payroll, by regions, provinces and Canada, for academic years.

- 63-224 Market Research Handbook. A. Bil. 700 pp. First Issue, 1975. (ISSN 0590-9325).

The data covers such topics as general economic indicators, population characteristics, personal income and expenditure and household facilities.

- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil. 695 pp. (ISBN 0-660-506-13-0). The publication provides revised retail trade estimates for the years 1972 to 1979, both unadjusted and seasonally adjusted and also sections on definitions, concepts, classifications, methodology and data reliability.

Operating Results - Retail Trades. O. Bil. 29 pp. First Issue, 1974.

Reports in the Operating Results series contain ratios (percentages of net sales) for: purchases, inventories, cost of goods sold, gross profit, operating expense items and net profit.

Catalogue

- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A. Bil. 21 pages. Premier numéro, 1958. (ISSN 0527-6411).

Ventes de marchandise selon le genre de machine et l'emplacement, Canada et provinces.

- 63-218 La vente directe au Canada. A. Bil. 14 pages. Premier numéro, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Ventes de divers produits, par mode de distribution: démarchage, poste, etc.

- 63-219 Librairies de campus. A. Bil. Environ 8 pages. Premier numéro, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Ventes au détail par article, ainsi que nombre d'employés et la paye, par région, par province et au Canada par année scolaire.

- 63-224 Manuel statistique pour études de marché. A. Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975. (ISSN 0590-9325).

Les données portent sur des sujets tels que les indicateurs économiques généraux, les caractéristiques de la population, le revenu et les dépenses des particuliers et l'équipement ménager.

- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S. Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0). Cette publication contient des données brutes et désaisonnalisées, révisées de 1972 à 1979, des sections sur les définitions, les concepts de classement, la méthodologie ainsi que des renseignements sur la fiabilité des données.

Résultats d'exploitation - Commerce de détail. H.S. Bil. 29 pages. Premier numéro, 1974.

Les bulletins de la série des Résultats de l'exploitation contiennent des ratios (pourcentages des ventes nettes) pour les achats, les stocks, le coût des biens vendus, les bénéfices bruts, les dépenses d'exploitation et les bénéfices nets.

Catalogue

The following reports on Operating Results are available.

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1979
- 63-604 Independent Women's Retail Clothing Stores, 1975
- 63-605 Independent Retail Hardware Stores, 1976
- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977
- 63-607 Retail Drug Stores, 1978
- 63-608 Retail Florists, 1979
- 63-609 Independent Retail Jewellery Stores, 1978
- 63-610 Retail Hardware Stores, 1980
- 63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980
- 63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. - Monthly A.- Annual Bil.- Bilingual
O.- Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available free on request from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue

Les publications suivantes sur les résultats d'exploitation sont maintenant disponibles.

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1979
- 63-604 Magasins indépendants de vente au détail de vêtements pour dames, 1975
- 63-605 Magasins indépendants de vente au détail de quincaillerie, 1976
- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977
- 63-607 Pharmacies au détail, 1978
- 63-608 Magasins de fleuristes, vente au détail, 1979
- 63-609 Magasins indépendants de vente au détail de bijouterie, 1978
- 63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980
- 63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980
- 63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980

M. - Mensuel A.- Annuel Bil.- Bilingue
H.S. - Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et social du Canada. On peut se procurer gratuitement un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Government
Publications

